الإنسان والإعلام

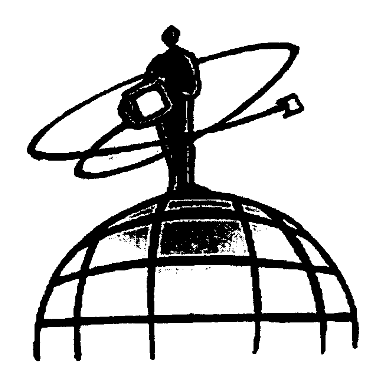
دكتور عمر حسن أحمد بدران





الإنسان والإعلام

Human and Media

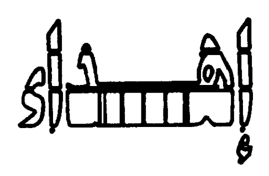


دكتور

عمرو حسن أحمد بدران



قل لي ماذا تسمع وتقرأ وتشاهد؟؟؟ ... أقل لك من أنت؟



إلى تلميذي العزيز

حسام الدين السيد المرسي مبارك

المدرس المساعد بكلية التربية الرياضية – جامعة المنصورة

يسعدني أن أهديك كتاب: **الإنسان والإعلام**.

مع خالص تحياتي وتقديري،

د/ عمرو بدران





يشكل الإعلام فى عصرنا الحاضر القوة الأكثر تأثيرًا فى حياتنا بسبب التطور والتقدم التكنولوجي، ولكن هذه التكنولوجيا رغم قوتها وفعلها المؤثر وقدرتها على تسهيل حياة الإنسان وشئونه، فإنها جلبت معها الآفات والكوارث والمآسي النفسية والاجتماعية والتربوية والتغير القيمي، فالظواهر التي كانت تتميز بها الشعوب، وتمثل خاصية تتصف بها دون غيرها مع الصعوبة فى الانتقال والاتصال، باتت سهلة الانتقال بفعل التحديث السريع الذي حوّل العالم إلى قرية صغيرة.

إن تأثير شبكات الاتصال ومكونات التكنولوجيا الحديثة، أبرز قوة الإعلام كأحد نتاجات هذه التكنولوجيا؛ مما زاد من أهميته، كما تعددت وسائله فى الاتصال والتأثير إلى درجة أصبحت معها سهلة المنال لكل من يطلبها، فنقلت لنا تجارب الشعوب القديمة والحديثة الحية.

لقد اشتملت تلك التجارب على كل دقائق حياة المجتمعات، وتفاصيل شئونها السلبية والإيجابية، ومنها القتل والعنف والكراهية والسلوك العدواني، بغض النظر عن اختلاف الثقافة والأصول الحضارية وأساليب التنشئة، فأصبح التغير قاب قوسين أو أدنى من أن يعصف بالمجتمعات رغمًا عنها، وهذا ما أطلق عليه بالعولمة الثقافية، ثم تتبعها العولمة السياسية والاقتصادية، وفى الأخير ربما تصل إلى العولمة الاجتماعية التي تشمل العولمة القيمية التي تمتد لتغير قيم الشعوب بمرور الزمن.

ولعل أخطر ما تواجهه المجتمعات فى هذه المرحلة القلقة من تاريخها، هو التهافت على مواكبة تكنيكات وسائل الإعلام واقتناء أجهزتها ولواحقها، بغية الحصول منها على أداء إعلامي أيسر وأشمل.

وهذا الاندفاع المفتش دومًا عن الجديد، مع عالم توالى المخترعات الإعلامية المبتكرة، لم يثر الانتباه الكافي، كونها أجهزة تعرض فى آن واحد فوائدها الجمة إلى جانب مضارها اللا محسوسة أحيانًا.

والله أسأل أن ينفع به، وأن يجعله خالصًا لوجهه الكريم.

المؤلف

عالم اليوم

إن عالمنا، هو عالم **المعلومات والإعلام**؛ بحيث يتم نقل حوالي ٣٥ مليـــون كلمة يوميًا، ويتم نقل عشرات الألوف من ساعات بث البرامج التليفزيونية مـــن المحطات المختلفة فى العالم، كما تنشر آلاف العنـــاوين مـــن المجـــلات والصـــحف والكتب.

إن المعلومات التي يحصل عليها الإنسان حاليًا خلال عقد واحـــد تعـــادل المعلومات التي حصل عليها خلال مئات السنين من القرون الماضية، فإلى ما قبـــل خمسين سنة كانت تمضي أربعين سنة حتى تتضاعف معلومات الإنسان العلمية، أمـــا فى الوقت الحاضر فإن هذه الفترة قد تقلصت إلى أربع سنوات.

قد يكون هذا هو السبب فى تسمية عالم اليوم بعالم المعلومات، ومـــا يهـــم اليوم كثيرًا هو معرفة سبب الاتساع الذي لم يسبق لـــه مثيـــل فى حجـــم هـــذه المعلومات.

إن الإنسان مولع بالقوة، ومنذ القدم كان هناك أنـــاس – ولا يزالـــون – بصدد الحصول على القوة، وكان السؤال دائمًا، هو ما هي أهم وسيلة لكســـب القوة؟، فإلى ما قبل القرن السابع عشر الميلادي كانت الطريقة السائدة لكســـب القوة، هي العنف، فكان الملوك الأبطال هم الأقوى؛ حيث كانوا يتمتعون بالسلطة والقوة الجسمانية لكن مع تنامي الرأسمالية وتسلطها على أسس المجتمع، فإن نـــوع القوة تغير، وأصبح المال، هو مصدر القوة.

وقبل هذه المرحلة كان معارضو الحكام يقتلون بسرعة وتـــتم تصـــفيتهم، والتخلص منهم، وكان لهذا الأمر تأثيرًا سلبيًا على المجتمع، لكن فى هـــذه المرحلـــة

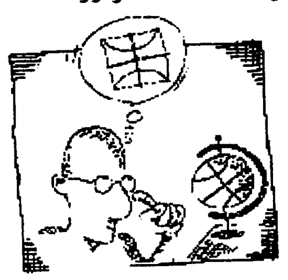
التي أصبح المال فيها هو المحور، فلم يعد هناك داعيًا للقتـــل – وعلـــى الأقـــل فى المرحلة الأولي – فقد كان يوكل إلى المال حل المشكلة، وكان لهذه الطريقة فى إخماد المعارضة نتائج جيدة، إذ لم يكن هناك قتلي يصبحون منارًا للآخـــرين وأســـطورة للمقاومة.

وثانيًا: تمكنوا بواسطة المال من كسب المعارضة إلى جانب السلطة الحاكمة وتعزيز موقفها، ولكن احتمال أن يعود المعارض وتحت وطأة وجدانه إلى الطريـــق الذي تركه وينخرط ثانية فى صفوف المعارضة موجود أيضًا.

أما المرحلة الثالثة فجرت الاستفادة فى سلفة المعلومـــات، وهنـــا تلعـــب المعلومات دورًا رئيسًا حتى تجعل المعارض يكف عن معارضته، ففى هذه المرحلة لا يوجد قتلي ولا عذاب ضمير.

لـــــذلك

فإن سلاح المعلومات، هو أقوى وسيلة لكسب القوة إذ لا تترتب عليه آية تبعات، وحين نمر على المراحل تلك التي مرت بها القوة والحصول عليها فإنه يمكننا إدراك سبب اهتمام العالم بالمعلومات إلى هذا الحد، فالمعلومات هي القوة، والأقوى هو الذي يمتلك شبكة معلوماتية متقدمة أكثر وواسعة أكثر.



ويشكل الإعلام اليوم أحد أهم دعامات الثورة التكنولوجية الحديثة فى الاتصالات، وانعكس ذلك على كل إنسان معاصر نظرًا للتغييرات المستحدثة فى آلياته والمستجدات فى نمط حياة الإنسان مقارنة مع ما كانت عليه فى العهود السابقة؛ حيث أحدث الإعلام انقلابًا شبه جذري فى كل مجالات الحياة المعاصرة وسلوكيات أفراد المجتمع؛ وطالت التغيرات الأعراف والقواعد والقيم الاجتماعية.

هذا فضلاً عما تعرضه وسائله المتعددة فى الأجواء العالمية، بعدما حولت العالم إلى قرية صغيرة، وقد نجحت السياسة بكل مقوماتها وأساليبها فى توجيه دفة الإعلام نحو أهدافها الاستراتيجية المرسومة رغم تناقض أقوالها مع أفعالها، وتعريض البشرية لحروب وأزمات مفتعلة تارة وحقيقية تارة أخرى، فتوجيه العالم نحو أهداف السياسة بات من مهام الإعلام ووسائله المؤثرة.

والأهم من كل ذلك يكمن فى الوقت نفسه فى التأكيدات المستمرة والملحة فى وسائل الإعلام وخطابه السياسي على مفاهيم كالحرية والديمقراطية والتحرر ودعوة الشعوب إلى نبذ الخلافات وبناء مجتمعات قائمة على الاختيار وإبداء الرأي، ولكن أين تكمن الحقيقة؟، هل فى الخطاب المعسول لوسائل الإعلام أم فى الاستراتيجيات بعيدة المدى، وتغيير اتجاهات الشعوب نحو قضية معينة كالعولمة مثلاً أم اقتصاديات السوق الحرة، أم مفاهيم مبطنة تدعو إلى رفض القهر والاستغلال وتحطيم القيود الاجتماعية، وإعادة التنشئة وفق مفاهيم وتربية جديدة فى السلوك الاجتماعي وإقامة العلاقات؟.

يؤكد لنا التاريخ مرة أخرى أن الإعلام، هو القوة الأكثر تأثيرًا فى مسار حياة الشعوب واتجاهاتها وقيمها، ويعمل بنفس قوة السلاح.

والإعلام بحد ذاته أداة إذا أحسن استخدامها استطاعت أن تؤثر كما تؤثر الأسلحة الفتاكة الأخرى، وربما أكثر، إذا ما وجهت نحو قضية أو شعبٍ ما، فإنــه يحدث بأسلحته المختلفة الكثير من الآثار والنتائج ... وهكذا أصبح زمننا زمن قوة تأثير الإعلام فى إدارة حياة الشعوب وخلق معاناتها أو سعادتها.

تحديث وسائل الإعلام

ظل، وما زال موضوع استمرار عملية توالى تحـديث وسـائل الإعـلام وأجهزته ولواحقها، مثار اهتمام ومواكبة علماء التكنولوجيا.

وشهد النصف الثاني من القرن العشرين طفرات هائلة فى هـذا الميـدان، فظهرت الأجهزة السمعية والمرئية الناقلة للنتاجات الإعلامية الفورية والمسـجلة، التي امتازت بخصوصية أنواعها البرامجية، وبمساعدة عوامل إنشاء محطـات البـث والاستلام الراديوية والتليفزيونية، وتبادل المعلومات والأخبار عن طريق وكـالات الأنباء المحلية والأقليمية والعالمية، وإجراء التنسيقات مع الأقمار الصناعية المحلقة فى فضاءات الكرة الأرضية، فقد ساهم تبادل الخبرات، بتنشيط هذه العوامل، علـى أضبط ما يمكن أن تكون عليه فروض السيطرة الغربية فى إدارة زمام أكثر مراكـز الإعلاميات فى العالم.

إذ يلمس أن الدوائر الإعلامية الدولية تنشر إعلامًا أوسع تأثيرًا بالإنسـان من حيث إكسابه المعرفة وترفيع الذوق لديه، إضافة لحصوله منها على المزيد مـن الفوائد المحيطة بالمعلومات، لكن الإعلام الغربي باعتباره النـاطق الرسمـي للنظـام الرأسمالي، بقي يمثل صورة جلية من صور الاحتكار المشروط مع إعلاميات البلدان النامية.

ومع حالة انبهار الأسماع والأنظار بما تقدمه الإعلاميات، من إضفاء صبغة الابتكار والتجدد المستمر لوسائل الإعلام وطرق عرض برامجهـا فـإن، النظـرة الحيادية حول ماهية عروض الإعلاميات، تتطلب الانتباه الزائد لما لذلك من أبعـاد غير مضمونة الجانب على بنائية النفوس.

وحتى هذه المرحلة الزمنية المحتدمة فى تواشج العلاقات المجتمعية فى أكثر من وسط، إلا أنه قد لوحظ بأن ما مرر من الخطط السيكولوجية، عبر الإعلام لا يمكن إحصاؤه بسهولة، لذا يفضل التذكر دوئما غفلة، بأن الإعلام كرسالة راقية فى الحياة الثقافية، يحث فعلاً على تلقي ايجابيات البرامج والمسلسلات والفقــرات والمــواد الإعلامية مع ضرورة إهمال وتجاهل سلبياقما الداعية صراحة أو ضمنًا لإنمــاء روح الفطرة، وإبعاد رؤى العقلانية عن الإنسان، عبر تركين صفته الأساسية، وكأنه ليس النواة الأهم لكل مجتمع.

من المعروف أن إنسان هذا العصر، يحصل على حوالي ٩٠% من نســبة معلوماته عن طريق الرؤية البصرية، ويتضح من هذه النسبة مدي توفر الإمكانيــة الفعلية، لتحويل ميزة الانطباع لدي أي مجتمع من الحالة الإيجابية إلى الحالة السلبية أو بالعكس، عن طريق الإعلام المرئي الذي يقدم جزءًا من عروضه المناوئة لســوية المبادئ والأعراف والتقاليد، ضمن نشاطاته البرامجية الاعتيادية.

وظيفة الإعلام في العصر الحديث

على الرغم من معارك التحرير التي خاضتها دولنا ضد كل أشكال الاستعمار والتبعية، فقد كان الوعي يقظًا بالقدر الذي يفرق فيه بين مقاومة الاستعمار والتبعية من جهة، وبين تقدير تراثه الإنساني العظيم من جهة مقابلة، إلا أن الأداة الكبرى التي تستطيع أن تبين للعالم أحقية قضيتنا فى الدفاع والوجود والمحافظة على تراثنا غير فاعلة، تكاد تكون معطلة تمامًا، وهي الإعلام الذي يعد بحد ذاته سلاحًا أقوى فتكًا من أي أداة أخرى، سواء لإظهار قضية ما أو الرد على قضية أخرى.

أصبح الإعلام فى عصرنا الحديث من ضرورات الحياة المعاصرة، وأن استخدامه فى الدفاع عن الرأي والمعتقد وقضية الوجود، هو أمر لا مفر منه، وإن تخلفت هذه الأداة، فإن الكثير من الحقوق تتشوه صورها أو تفقد أحقيتها، وربما تتحول إلى صورة أخرى غير الصورة الحقيقية، كما هي صورة الإرهاب التي ألصقتها وسائل الإعلام بجماعات دون غيرها خلال عقد التسعينات من القرن الماضي.

فالإعلام هو أداة للسياسة، وهو القادر على التأثير على عقول الناس واتجاهاتها؛ حيث قال **ماك كويل***: نحن نستطيع تقصي بعض الظواهر على عدة مستويات – خصوصًا– الرأي والمعتقد، واللذين قد يكونان من أمور الرأي الفردي والتعبير الجماعي للمؤسسات والمجتمعات كذلك.

* **ماك كويل**: عالم اجتماع متخصص فى الاتصالات الإعلامية.

ومن ناحية أخرى تتطلب منا دراسة تأثير وسائط الإعلام على الطريقة التي تعمل بها المؤسسات أن ننظر فى العلاقات بين الناس الذين يقومون بأدوار مختلفة، وفى تركيب تلك الأدوار ومضمونها، والسياسة مثال مناسب؛ حيث ربما أثرت وسائط الإعلام ليس على الآراء السياسية للفرد فحسب؛ بل وعلى الطريقة التي تدار بها السياسة، وعلى طريقة تنظيم نشاطاتها الرئيسة، وربما تغيرت الأدوار السياسية.

لذا فإن الإعلام أصبح فى عالمنا اليوم أداة قوية للتأثير على عقول وسلوك الناس كأفراد أو مجموعات، سياسيين أو ناس عاديين، وأيضًا أداة للتغيير عن بعد، وخاصة فيما يتعلق بالسياسة العامة لتلك الدولة بوساطة الإيحاءات الإعلامية باستخدام اللغة والبلاغة فى الحديث أو التأويل الكلامي.

إن الرسالة التي تحملها وسائل الإعلام اليوم عبر قنواتها المتعددة والمختلفة الاتجاهات: إذاعة – تلفزيون – فضائيات – سينما – مسرح – صحافة – إنترنت ... وغيرها، تتضمن أبعادًا غير محسوسة وغير مباشرة لا يمكن تجاهل البعيدة، وحتى القريبة أو التقليل من شأن هذه الوسائل، أو الابتعاد عنها، فهي أصبحت شرًا لا بد منه يدخل بيوتنا دون استئذان.

التأثير الإعلامي

يعد الإعلام الوسيلة السهلة فى التأثير على المتلقي، وباللغة التي تتناسب مع قوة ذلك التأثير على عقله، وكيفية اختراقه، ولاسيما أن تعدد الوسائل الإعلامية اتاح للقائمين على الإعلام حرية الحركة وتحقيق الأهداف.

ويمكن تشخيص تأثيرات وسائط الإعلام على ثلاث مراحل رئيسة، هي:

المرحلة الأولي:

يقوم على تشكيل الرأي والاتجاه ثم المعتقد، وهي محاولة لتغيير عادات الحياة، ومن ثم قولبة السلوك بفاعلية وفرض الأنظمة السياسية حتى ضد المقاومة المحتملة.

المرحلة الثانية:

لقد تشكلت إلى حد كبير بفعل أبحاث من خلال وضع تقاليد احترمت، وهذه الأبحاث والدراسات اختصت فى البحث النفسي - الاجتماعي لدراسة تأثيرات الأفلام ووسائط أخرى تتناول الجريمة والعدوان والمواقف العنصرية.

المرحلة الثالثة:

النظر فى بني المعتقدات والآراء والسلوك الاجتماعي، والتأكيد على المضمون.

وعند معرفة الأساليب المستخدمة فى عملية التأثير الإعلامي على المتلقين، لا بد من الأخذ فى الاعتبار أهمية لغة التواصل ولغة الحوار مع المتلقي عن بعد، وإزاء ذلك يقول **جاك لاكان**، عن قوة تأثير اللغة على الإنسان: إنها الظاهرة التي تجعل من الكائن البشري كائنًا متكلمًا، ونستطيع بذلك أن نحد الإنسان بكونه المتكلم، لا بكونه كائنًا تكون إحدى صفاته التكلم، وهذا يقودنا إلى التساؤل عن ماهية المتكلم جسديًا وذاتيًا.

كما يقول **جاك لاكان**: إن تحديد الإنسان بالمتكلم يستقي قوته من ظاهرة أن كائنين بشريين لا يستطيعان أن يتصلا – يقترنا – أحدهما بالآخر، إلا إذا تكلما، إذًا اللفظة تأخذ دلالتها من عملية تجعل منها رغم انفصالها ووحدتها، ممكنًا من الممكنات التي يتألف منها النظام الكلي للغة، أي أن الكلمة الواحدة عندما يتلفظ بها تكون كل الكلمات الأخرى موجودة بالقوة.

وعليه فإن لغة التواصل تقوم على أساس الأبعاد النفسية فى قوة التأثير وبفعل وسائل الإعلام المجندة لهذا التأثير، ويكملها الضلع الآخر للمثلث، وهو المتلقي باعتباره الهدف والغاية فى النتيجة، حتى قيل إن أحد مقاييس فقدان أمة ما لسيطرتها على وسائل إعلامها يتمثل فى درجة اختراق وكالات الإعلان الأجنبية لميكانيزمات التسويق فى تلك الدول، وهذا يحقق واقعًا فعليًا فى التأثير على أفراد ذلك الشعب وتعرضه للاختراق وتحييده على الأقل عن قضاياه الوطنية أو القومية، ويميز مثل هذا الاختراق أو التغلغل أيضًا تغيرات أساسية فى البيئة الثقافية للبلاد.

فضلاً عن بنية الاتصال التي تنقل وتعزز على نحو متزايد مواقف تتوافق مع متطلبات ذلك الشعب أو هذا المجتمع، وما هي درجة المقاومة المتوقعة إزاء هذا الاختراق أو التأثير عن بعد؟.

ويقول ريتشارد نيكسون، الرئيس الأمريكي الأسبق عن قوة تأثير الإعلام عن بعد وتوجيه العقول فى السيطرة السياسية المباشرة: من السـمات الأساسـية لأسلوبنا فى الحياة إيماننا بأنه عندما يعمد الحكام إلى الاستئثار المنظم بالمعلومات التي هي حق خالص لجمهور الشعب، فإن أفراد الشعب سرعان ما يصبحون فى وضـع يجهلون معه كل ما يتعلق بشئونهم الخاصة، كما سيفتقدون الثقة فى هؤلاء الـذين يسيرون أمورهم، وسيفتقدون فى نهاية الأمر إلى القدرة علـى تحديـد مصـائرهم الخاصة.



تأثيرات الرأي العام:

للرأي العام ... إحاطاته وتأثيراته، لذا فهو رأي يخشى من أبعـاد إرادتـه وفاعلية نتائجه، وبالذات لدي الأنظمة السياسية التي تناوئ مصـالح مجتمعاتهـا، وضمن هذا المعني فالرأي العام ليس رأيًا عابرًا يفتش عن المساومة، لأجـل تحقيـق مكسب ما، إذ غالبًا ما تستند مكنوناته لتبلورات الضمير حول هـذه المسـألة أو تلك.

وتاريخية الرأي العام، هي التي حفظـت ومنـذ أجيـال بعيـدة حقـوق شخصيات، كاد غبار الدهر أن يطمر حلمها وأملها.

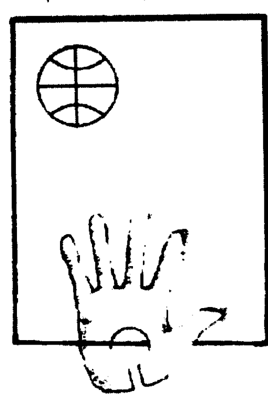
والرأي العام قديم قدم أول مماحكة وقعت بين الإنسان وأخيه الإنسـان، لذلك يلاحظ فى بعض البلاد، المتوفرة فيها إمكانية استنطاق النـاس لاستحصـال رأيهم بأساليب عادية حول أمر مجتمعي ما، أن يكلفوا بعض الموظفين المتخصصـين للوقوف حول ما يمكن الوقوف على الانطباعات عنه، ويتم ذلك سواء عن طريـق ملء استمارات الاستفتاء، أو بطاقات الاستبيان، فالكل متفقون هناك أن الـرأي العام أمر قائم بحد ذاته.

وهو الرأي الأرجح والمقبول والمؤيد بين أفراد أي مجتمع، والرأي العام رغـم حملـه للهموم الكبرى للناس وبأمانة مشهودة، فإن إطلاق تسمية الرأي العام يجيء من حيث ميـزة معناه، وشمولية مقصده، ودقة الاستدلال عليه، كونه رأيًا لصيقًا بالناس العفويين الطيبين، وسمي بالرأي العام تمييزًا عن الرأي الخاص – الفردي –.

والرأي العام .. تستجمع فيه بجلاء كل آراء الجماعة المختلفة فى مستويات مشارب أفرادها بالنسبة للثقافة والاجتماع والسياسة، وتصل حدود التمسك بإعلامية الرأي العام، إثر ظهور النتائج المستحصلة من إجراء استبانة أو استفتاء ما، إلى اعتمادها فى المجالات المحددة لها، ولما كان الرأي العام ظاهرة غير مصرح بها على أغلبية الأحوال، وتتلمس فيه ميول وأخلاق وأحكام المجتمع المعني.

وأن الرأي العام كمفهوم، يرسم القرار الأفضل الممكن اتخاذه لحالات مطلوبة، وطبيعي فهناك عازل نفسي كبير بين ما يتمثله الرأي العام الإيجابي، وما يمثله رأي الغوغاء السلبي، رغم المشابهة بكونهما يحملان معًا صفة التجمع السريع والتفرق الأسرع فى ظرف زماني ومكاني معينين.

ومعروف أن للرأي العام قوة تأثير فاعلة، لدي كل مجتمع بنفس القدر الذي يشكل فيه من ناحية مقابلة سلطة غير منظورة على السلطات، والقادة السياسيون يأخذون تأثير دور الرأي العام فى بلدانهم باعتبارات حذرة.



الإعلام وتغيير الاتجاهات

يعرف الاتجاه Attitude، بأنه دافع مكتسب يتضح فى استعداد وجداني، به درجة ما من الثبات يحدد شعور الفرد ويلون سلوكه بالنسبة لموضوعات معينة من حيث تفضيلها؛ فإذا بالفرد يحبها ويميل إليها – إن كان اتجاهه نحوها ايجابيًا – أو يكرهها وينفر منها – إن كان اتجاهه نحوها سلبيًا.

أما موضوع الاتجاه، فقد يكون: شخصًا معينًا؛ صديقًا ما أو عدوًا ما – جماعة ما – شعب ما – مدينة ما – مادة علمية ما – مذهبًا إيديولوجيًا ما – فكرة ما كالاتجاه نحو عمل المرأة أو تعلمها أو تشغيلها فى القضاء.

فالاتجاهات تعد سلوكيات لأفراد المجتمع، وترتبط بالقيم والمعايير والأعراف والتقاليد السائدة فى ذلك المجتمع، وهي من الثوابت التي تستند عليها المجتمعات فى بنائها، فلو تساءلنا إزاء هذه الثوابت فى السلوك ومدي ارتباطها عند الإنسان فى أي مجتمع، لوجدناها صلبة، ومن الصعب زحزحة تكوينها، ولكن استطاع الإعلام بكل وسائله المتاحة أن يهز هذه الاتجاهات ويغيرها نحو موضوع معين أو قضية وطنية أو قومية أو دينية.

وقد نجحت تلك الوسائل فى خلق الاهتزازات القيمية فى السلوك لدي المجتمعات الثابتة نسبيًا؛ لذلك تجد أن الإعلام يغير الأهمية الاجتماعية والمعني السياسي للأوصاف التقليدية وبعض الرموز الرئيسة فى المجتمع، فضلاً عن قدرة الإعلام فى توجيه عقول الناس نحو الموضة فى الملابس – مثلاً – والمنتجات التجارية ومحاولة تشتيت الانتباه نحو قضية ساخنة أخرى لغرض تقليل أهمية موضوع أو قضيه تثير الرأي العام

وقد أثبتت الدراسات، أن الإعلام نجح فى ذلك عندما استخدم استراتيجية الإعلام الدعائي، وهو شكل من أشكال الفن الذي يصعب تحديد إطار لهويته نظرًا للتطور المستمر الذي يبديه من أجل مواكبة المزاج العام، كما يخلو هذا الفن من أي إجماع على ما يمكن اعتباره سلوكًا صحيحًا أو خاطئًا أو تكتيكًا فعالاً أو غير فعال.

وعلى كل حال يمكن الحديث عن استراتيجيتين أساسيتين تهدف كلتاهما إلى اجتذاب عدد أكبر من الناس، وهاتان الاستراتيجيتان، هما:

- بث رسائل حول موضوع أو قضية معينة أو شخص ما.
- بث رسائل سلبية عن موضوع مناقض أو شخص منافس له.

ومن الأساليب التي يتبعها أصحاب الدعايات الباطلة، هي:

- التأثير فى المجتمع بسبب أقلام الأدباء.
- استغلال مواضع الضعف عند الإنسان.
- استغلال ضعاف الشخصية لأجل قبول الدعاية.
- تسخير الألسنة المقبولة، مثل: مذيع – خطيب – مدرس.
- تحري الحق النصفي؛ أي ذكر بعض الحقائق والسكوت عن بعضها الآخر.
- تحري الجماعات لأجل نشر دعايتهم، مثل: جمعية خيرية – جمعية الرفق بالحيوان، خصوصًا إذا كان للجمعية عنوان براق.
- خلط الباطل بالصحيح؛ حتى ينخدع السامع والقارئ والناظر بالصحيح الموجود، فيظن أن كل ما يري ويسمع صحيحًا ... إلى غير ذلك من الأساليب.

الإعلام وبناء استراتيجيات جديدة

إن أهمية الإعلام لا تخفى على احد. والصحافه باعتبارها من ابرز وسائل الإعلام أخذت حيزًا مهمًا فى حياة المجتمع العصري.

ومن أهم الأدوار التي يلعبها الإعلام في مختلف المجالات، ما يلي:

- توعية الناس وتوجيههم، بإعطائهم الأفكار الجاهزة والمعلنة والمقترنة بأساليب الإقناع.
- فضح الممارسات الخاطئة للحكام وتسليط الأضواء على مواطن الخطأ والغلط فى تصرفاتهم.
- وسيلة مهمة فى الدعاية الانتخابية؛ حيث تكون منبرًا للمرشحين لبيان أفكارهم وآرائهم ووعودهم ... وغير ذلك، وعليه فإن الإعلام حتى ينجح، لابد له من وضع استراتيجيات واضحة المعالم ومساقات مبنية على أسس علمية، وتقوم هذه المساقات على مقاصد أربعة، هي:

- العمل بجدية على ضخ المعلومات.
- دعاية الدول للإعلام بكل أنواعه ودعمه.
- تغيير السياقات القديمة بأخرى تماشي التطور التكنولوجي فى الاتصالات.
- التدخل فى بعض المنافذ الإعلامية الأخرى كالمسرح والصحافة والتليفزيون وبرامج التنمية الأخرى، دون توجيهها على وفق سياستها.

وإذا ما استطاعت الدولة بمركزيتها أو المؤسسات الإعلامية الخاصة غير الخاضعة لسلطان الدولة أن تضع لمؤسساتها استراتيجيات تتماشى مع القفزات النوعية السريعة التي اخترقت حاجز الصوت فى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فإنها من المحتمل أن تلحق ولو بعد حين بهذه الثورة المعلوماتية.

إن قوة فعل وسائط الإعلام لا يمكن قياس تأثيراتها، ولا يعني ذلك عدم وجود أجهزة قياس خاصة تقيس قوة التأثير أو ضعف أداة القياس؛ بل إنما الأمر يتعلق بشدة فاعلية هذه الوسائط التي فاقت التصور العقلي فى الوقت الحاضر ومدركات الإنسان الحية فى استيعاب هذا التأثير، حتى أن دراسة أجريت فى الولايات المتحدة الأمريكية لقياس الثقة بالمؤسسات الإعلامية من حيث قوة تأثيرها على المتلقين وجدت أن الإيمان بشرعية النظام الإعلامي كان قويًا دائمًا، وأن حرية المعلومات تعد مهمة بشكل رئيسي، إلا أن ناشري وسائط الإعلام يصيبون نجاحًا أقل، وربما كانت أكثر النتائج مدعاة للدهشة أن الأمريكيين يثقون فى مؤسساتهم أكثر مما يثق الأوربيون فى مؤسساتهم هم، وينطبق هذا على وسائط الإعلام بقدر ما ينطبق على المؤسسات الأخرى، فالأغلبيات فى ثلاثة أقطار: ألمانيا – بريطانيا – أسبانيا، لا تثق بوسائط الإعلام، أو تثق بها قليلاً، بينما ٦٩% من الأمريكيين لهم ثقة كاملة أو بعض الثقة بها.

وفى فرنسا ينقسم الرأي، إذ يقول ٤٨% إن لديهم على الأقل بعض الثقة بوسائط الإعلام، ويقول ٤٩% أنهم يثقون قليلاً أو لا يثقون بوسائط الإعلام، وباستثناء أسبانيا فإن وسائط الإعلام تمثل مركزًا قريبًا من أسفل قائمة جميع المؤسسات.

إن الأمر إذًا منحصر فى إقامة بناء إعلامي بكل فنونه قـائم علـى تنـوع الاتجاهات فى التعبير الملتزم والقائم على استراتيجيات بعيدة.



سيطرة القيادية الغربية على مجمل تصنيع المخترعات الإعلامية والتكنولوجية، إضافة لتراكم الخبرات الغربية بهذا الصدد، قد دفعت بتوجيه الأنظار نحو الجانب الغربي، وما ينتجه من أجهزة ولواحق إعلامية، بهدف اقتناء الأحدث فيها.

وهذه المواكبة المهتمة للاستمتاع بفوائد عروض الإعلاميات المنوعة، من خلال أجهزة إعلام ذات كفاءات تكنيكية أعلى من سابقاتها، ركزت مفهومًا فى الذات الإنسانية، حتى لا يكون التعامل مع الإعلام على حساب النوع الإعلامي المعروض، ولعل حالة امتلاك المرء لزمام إراداته شيء عظيم، ويمكن أن يوظف للضغط المعنوي قبل المادي فى هذا المنحي عبر انتقاء الملائم من النشاطات البرامجية الإعلامية، وبما لا يتنافى مع جواهر القيم والمثل والأعراف الاجتماعية السائدة فى بلدان العرب والمسلمين.

إذ لا يمكن نكران كون الأوضاع الإعلامية الحالية فى عموميتها، ليست على ما يرام، وتتحكم فيها بنسب عالية مشهودة سياسات المستكبرين والمتكبرين، الذين وصل عندهم حال الغرور السياسي مستوي يعتقدون منه، أن الجمهور فى كل البلدان غير الغربية ضعيف، حيال صد قوة وهيمنة وتجبر الدول الغربية الرأسمالية، فيما يتعلق بإنتاج المتجدد من أجهزة ولواحق ووسائل الإعلام، أو تحديث نتاجات برامجه العديدة، والمنوعة.

لقد حان الوقت أن تكون للمسئولية كلمتها الحقة فى تطوير تكنولوجيا الإعلام السائدة، أو الإعلام المقبل، بغض النظر عن البلد المنتج والمصدر لأجهزة

الإعلام ولواحقها الصناعية وعروض برامجها الإعلامية، فإن مثل هذا التوجه، إذا ما اتصف بالجدية والتنسيق الدولي الايجابي، سيساهم لحد بعيد فى تطـوير علاقـات التفاهم والانسجام بين الأمم، فكل دولة يمكن أن تتحمـل مسـئوليتها فى تـأمين مصالح مجتمعاتها، متي أتيحت لها فرصة المشاركة المتكافئة بأي مشـروع إعلامـي جديد، أو متداول.

ومن الواضح أن مناقشة قضية التعامل الدولي مع وسائل وبرامج الإعـلام المتجددة بالاستناد إلى زوايا عرفية عند المجتمعات الشرقية المحافظة لا يدرك الغرب كنهها وتأثيرات أبعادها، لدرجة لا يري الغربيون الرأسماليون أن فـروض التبعيـة الإعلامية لهم، من قبل إعلاميات الدول النامية، أمر طبيعي، ولا ضير فيه.

ويأتي استمرار التمادي لدي الإعلام الغربي المضلل الذي يصور المجتمعات الشرقية، وكأنها تجمعات بشرية متخلفة أو حكم عليها بـالتخلف الأبـدى، ولا يعتريها اهتزاز الشعور بالغبن من جراء الهيمنات الغربية المفروضة على إعلاميـات بلدانها النامية المسايرة لكل ما هو غربي بما فى ذلك عـدم التـدقيق المطلـوب فى عروض المواد الإعلامية الغربية المصدرة وبالذات المستهدفة منها اجتذاب الناس نحو مزالق الفساد والإفساد، ومحاولة التقنيع بأساليب التشويش على الحقائق.

وطبيعي جدًا أن يترك كل ذلك آثاره التثقيفية والمعلوماتية السيئة فى نفوس العديدين من جمهور هواة المشاهدين والمستمعين والمتابعين، الذين يتعاملون مع عموم الإعلاميات بصورة دائمة.

ومن الثابت فإن الإعلام كوسيلة توصيل، له أثر سـلبي أو ايجـابي علـى المهمات التربوية، وتحديد المواقف حول شتي أمور وجوانب الحياة، وإن مواجهـة النوع الإعلامي الغربي، وكشف غاياته الرأسمالية، وتطلعاته البعيدة، هي من أعقـد

الحالات التي لم تفرز بعد فبدون إعداد الرأي المحلي العام فى كل مجتمـــع، وتســـلح أفراده بالوعي من مآرب ومؤامرات الأعداء السياســـيين التقليـــديين الـــداخليين والخارجيين، سوف لا يمكن إزاحة العوائق والمطبات عن دروب الإعلام السوي.

وحول ضرورة معرفة امكانات الآخر، تواجـــه المجتمعـــات الناميـــة، وفى مقدمتها المجتمعات العربية والإسلامية، خـــبرات الكارتـــل الإعلامـــي الغـــربي، ومؤسساته الإعلامية الدولية الكبرى.

وبهذا الصدد تتمتع معظم وكالات الأنباء الغربية بصـــلاحيات إعلاميـــة سلبية واسعة، تستطيع من خلالها أن تسمي الأبيض أسود والأسود أبيض، فمثلاً إن عمر وكالة الصحافة الفرنسية الممتد لحوالي١٦٠ سنة، قد مكنها من امتلاك خـــبرة إعلامية غير عادية، فهي تعمل بنشاط وتواصل طيلة اليوم - أي مدة ٢٤ ســـاعة دون توقف، ومدعومة ماليًا وسياسيًا على المستوي الرسمي الفرنسي بلا حدود.

كما إنها تنسق فى السر والعلن مع عدد من الأقمار الصناعية الغربية غـــير الفرنسية، المحلقة فى الفضاء، والتي يزيد عددها الإجمالي على ٣٠٠٠ قمر صـــناعي غربي، ومن المعايب الممكن تسجيلها ضد هذه الوكالة العريقة، أنها قد بقيت تتـــبنى وجهات نظر الدولة الفرنسية الاستعمارية لعقود طويلة من السنين، فحينما بـــدأت إرهاصات المقاومة الشعبية الجزائرية ضد المحتلين الفرنسيين لبلادهم، منـــذ أوائـــل الخمسينيات تشتد أكثر، أخذت وكالة الصحافة الفرنسية على عاتقها الإساءة إلى مصداقية التعامل الإعلامي النزيه فكانت، تزق الجمهور الفرنسي والـــرأي العـــام العالمي، بأخبار مقلوبة تصف فيها الثوار الجزائريين بـــأفراد عصـــابات، وتـــروج لاحتساب الوطن الجزائري العربي كإقليم فرنسي، وبإشارة صريحة تقول أن غالبية الشعب الجزائري يتكلم اللغة الفرنسية، وذلك يكفى لشـــرعية وجـــود القـــوات

العسكرية الفرنسية فى أرض فرنسية، هي الجزائر! ولكن فعل تصعيد عمليات المقاومة الجزائرية ضد المحتلين الفرنسيين والغربيين، قد أدي برئيس جمهورية فرنسا **شارل ديجول**، وبكل اضطرار لحسم الموقف سنة ١٩٦٢م، لصالح الثوار الجزائريين، فأعلن فى بيان رسمي متلفز، نقله التليفزيون الفرنسي عن قرار انسحاب القوات العسكرية الفرنسية من الجزائر والاعتراف من قبل الحكومة الفرنسية بسيادة واستقلال الجزائر، فما كان من وكالة الصحافة الفرنسية فى اليوم التالي، إلا أن تداولت الخبر كأي خبر عادي وغيرت موجة تقولاتها، وكأنها ليست هي ذاتها التي كانت تروج لفرنسة الوطن الجزائري!.

الإعلام وتفعيل دور المجتمع

عرف بعض الدارسين الثقافة، بأنها: نتاج تفاعل الناس مع الطبيعة وتفاعل بعضهم مع البعض الأخر، عبر قيم وتجارب وسلوك وأخلاق وعادات، بينما رأت فئة أخرى: أنها حصاد اجتماعي يشمل المعارف والتقاليد والفن وكل ما يكتسبه الفرد من حوله، ويوجد تعريفات أخرى، لكن ما يهمنا، هو: أن الثقافة في كل الأحوال تعمل على تفعيل الوعي الجماهيري، وتسعى لتكثيف الموجودات الحية العاقلة مع البيئة التي تعيشها لتصبح بعد حين سلوكًا اجتماعيًا يوجه وعي المجتمع.

وللثقافة معطياتها التي تعرف بها والتي من طبيعتها التحرك المستمر والنمو والانتقال من بيئة إلى أخرى فتأخذ منها أو تعطيها، فهي إذًا تبحث دومًا عن الوسيط الملائم لانتقالها، هنا وهناك، وما من غير الإعلام وبشتى صوره، سواء المسموع أو المقروء أو المرئي أفضل وسطًا ينقلها بين مجتمع وآخر، أو بين شرائح المجتمع الواحد، بيد أن الانتشار عن طريق الإعلامين المسموع والمقروء يظل منحسرًا حيال الانتشار الذي يتم بواسطة الإعلام المرئي ومن خلال وسائله المتاحة: السينما – المسرح – التليفزيون ... وسواها.

ويكتسب الإعلام المرئي ميزته الخاصة، وأهميته الخطيرة، لكونه يتعامل مع الصورة والحدث ومن خلال أشد الحواس الإنسانية تأثرًا بما حولها ألا وهي حاسة البصر، والعين البشرية تنقل الصور عبر امتدادات بصرية إلى أعصاب الحس البصري لتملأ بها خلايا الإدراك الذي ينقلها بدوره إلى مراكز الحس الوجداني والتي تعزز انفعالات شعورية عكسية، وتخزن الصورة المنقولة في الذاكرة لاستدعاءها بعد حين.

وتمتاز الصور التي تنقل عبر العين البشرية، بأنها حقيقة ومثاليـــة وبالتـــالي يكون ردود الفعل الشعورية المتأثرة بتلك الصورة تكون حقيقة هي الأخرى

فمن يري مشهدًا مرعبًا مخيفًا، لا تفرز حياله مراكز الحس الشـــعوري إلا خوفًا وهلعًا، كذا يكون الحال بالنسبة للمشاهد المفرحة أو المحزنة والمضحكة تفرز فرحًا أو حزنًا أو ضحكًا.

والعين على العكس من باقي الحواس لا تحتاج إلى دليل أو برهان بل تتوحد وتعرض الصور عندها حتى وإن توزعت لأكثر من رائي، وكذلك تتوحـــد لـــدي الجميع حالة الإفراز الشعوري ما لم نأخذ فى الاعتبار المزاج الشخصي لكل فرد

وثمة مثال يجسد الحالة ويؤكدها، لو أن هناك محاضرًا يلقي أمام جمع مـــن الناس محاضرة يتحدث بها عن تجربة لبحث تجريبي قام به، فإن الصور التي تنقل إلى ذهن كل فرد، وهو يستمع لحديث المحاضر تظل احتمالية تشوبها الضبابية وعـــدم الوضوح، وتختلف من شخص لآخر، وبالتالي يتباين أيضًا الإفراز الشعوري وحالـــة التعاطف مع ذلك الحديث.

ولو افترضنا أن المتحدث عزز ما يقوله بشريط فيديو قد صور الحادثة كما هي، فبالتأكيد تكون الصورة لدي كل من يشاهدها واحدة وحقيقيـــة، ويكـــون تفاعل الجميع معها واحدًا إن لم يشوب البعض حالة المزاج المتغير.

هكذا تأتي خطورة الإعلام المرئي، فهو يستطيع وبقوة توحيد الأحاســـيس والشعور لدي المتلقين من خلال ما يعرضه فى وسائله المتاحة والمنتشرة هنا وهناك، مثل: التليفزيون – المسرح – السينما ... وغيرها.

التليفزيون كوسيط إعلامي:

ربما لا يجهل أحد لاسيما فى وقتنا الراهن دور التليفزيون فى تفعيل الـوعي الجماهيري، وإرساء قواعد جديدة تصبح ديدن أجيال متعاقبة، ومما لا ريب فيه، أن جهاز التليفزيون صار واحدًا من أهم الضروريات المنزلية، ويكاد ألا يخلو منه بيت فى أرجاء المعمورة

ومن هنا جاء دوره المتميز ولكونه وسيلة إعلامية مرئية يمكن الاستفادة منه أو الإفساد فيه، فهو سلاح ذو حدين شأنه شأن كل الوسائل الإعلامية المرئية.

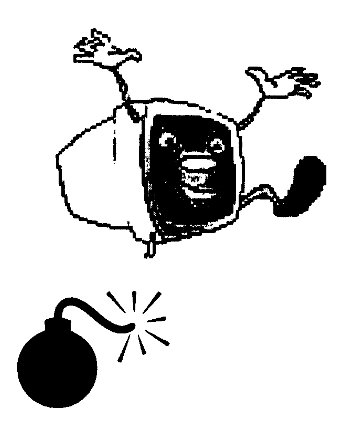
ولعل النظام العالمي الجديد، والذي يدعو إلى عولمة العالم لاسـيما عولمـة الإعلام ... جندت الإمبريالية والصهيونية التليفزيون فى نشر مفاهيمها الجديـدة، والتي أرادت لها أن تكون سلوكًا عامًا لشعوب الأرض ليسهل أمامها تسييسها وفق أهوائها وأطماعها التوسعية.

إن الفضائيات التي غزت البيوت ومنها الإسلامية صارت منـابر يتبـارى عليها أصحاب الأيدلوجيات المختلفة لنشر أفكارهم المنحرفة والتي تغلـف السـم الزعاف بالعسل الشهد.

ومن منطلق أن أصحاب القرار السياسي الغربي يعلمون جيـدًا أن قـيم ومفاهيم الدين الإسلامي الحنيف إن سادت الأرض يومًا فستمحق مـا يـأفكون، وتسحق ما يبنون، وتمحو ما يخططون.

لـــذا

كان هدفهم من توظيف التليفزيون، هو محاربة هذه القيم وزرع بذور التفسخ والانحلال فى نفوس ناشئتنا؛ بل خطو خطوة أكثر خطورة، ولأجل إحكام طوق المؤامرة ضد الإسلام والمسلمين أنتجت أفلامًا للأطفال، وعلى شكل صور متحركة والتي يعشقها الصغار ولوثوها بأفكارهم الخبيثة.



مشاهدة التليفزيون والتوجيه التربوي:

إن معدل ما يقضيه الطفل فى مرحلته الدراسية الأولي أمام التليفزيون، هو ٥ ساعات، ونفس هذا الطفل عند بلوغه الثامنة عشر سيقضي معظـــم وقتـــه فى المشاهدة بدلاً من متابعة واجباته المدرسية.

وتشير البيانات التي أوردها منظمة التقييم الوطني للتطـــوير التربـــوي فى أمريكا إلى عجز مستمر فى تقدم مهارات القراءة بين التلاميذ من كافـــة الفئـــات العمرية وانخفاض مستوي أداء القراءة للأعمار ٩-١١سنة بين عـــامي ١٩٨٠-١٩٨٤م، بالإضافة إلى ذلك اظهر مسح أجرته مجموعة دراسات الكتاب الصناعي سنة ١٩٨٤م، إلى انخفاض نسبة الشباب الذين يطالعون بشكل منتظم بين عمـــري ١٦-٢١ من ٦٥% سنة ١٩٧٨م إلى ٦٣% سنة ١٩٨٣م، لذلك اكتشـــفت الأبحاث إلى وجود علاقة بين مشاهدة التليفزيون وأداء القراءة.

ما العلاقة بين كمية مشاهدة التليفزيون والأداء عند القراءة؟:

لقد أظهر البحث حول كمية مشاهدة التليفزيون والأداء عند القـــراءة إلى إن هناك ارتباط سلبي بين الوقت الكبير المستغرق فى المشاهدة والقراءة، وأشار علم المنهج إلى تعقد العلاقة بين الاثنين.

وأظهرت تحليلات على ٢٣دراسة حول هذا الموضوع فى جهات أكاديمية مختلفة إلى أن بعض ما يعرض على التليفزيون يكون ذا فائدة، وأن متابعـــة هـــذه البرامج ١٠ساعات أسبوعيًا يعكس أثر إيجابي على القراءة، لكن إذا تجاوزت هذه المدة فإن ذلك يؤثر سلبًا على القراءة، إذ أن الأداء عند القراءة ينخفض وبشـــكل حاد مع ازدياد المشاهدة، فالعلاقة بين الاثنين هي علاقة عكسية.

وقد وجد كلاً من بوسنيم، وبيبوكس، إلى انخفاض العلامات بين تلاميذ المرحلة الثالثة الذين يشاهدون التليفزيون بمعدل أكثر من ٢٢ساعة فى الأسبوع، لكنهم لم يشيروا إلى هذه العلاقة على إنها علاقة سبب ونتيجة.

وقد أظهر مسح أجرته منظمة التقييم الوطني للتطوير التربوي بين عامي ١٩٨٠م -١٩٨٤م، أن التلاميذ الذين يشاهدون التليفزيون أكثر من ساعتين كل يوم، أي أكثر من ٥ ساعات فى الأسبوع للعمر ٩ سنوات، تكون مستويات كفاءتهم للقراءة فوق معدل فئتهم العمرية، بيد أن المشاهدة لأكثر من ٦ ساعات فى اليوم يؤدي إلى انخفاض كفاءة القراءة وبشكل حاد ومتواصل عبر الفئات العمرية.

وقد تمت دراسة علاقة الحالة الاجتماعية الاقتصادية لتلاميذ المرحلة الثانية والثالثة والرابعة بالبيئة المنزلية واستخدام التليفزيون وكمية الوقت المستغرق فى المشاهدة والارتباط الفكري ويضمنها أسباب المشاهدة والقراءة التي من بينها اللجوء إلى التليفزيون من أجل الهروب من العائلة والاهتمامات المدرسية.

هل لمشاهدة التليفزيون أثر على الهوايات والميول للقراءة؟:

توجد بعض الدلائل على أن الأطفال الذين يقضون معظم أوقاتهم فى مشاهدة التليفزيون لا يميلون إلى القراءة والمطالعة، أو أنهم يتجهون إلى قراءة كتب لا تتميز بالجودة ودون مستواهم الفكري.

وقد تم جمع معلومات حول العلاقة بين مشاهدة التليفزيون وميول القراءة، وكان عدد التلاميذ الذين يستمتعون بالقراءة هم من فئات عمرية صغيرة، بينما عدد الذين لا يميلون إلى المطالعة كانوا من فئات عمرية كبيرة.

وقد وجد أن التلاميذ الذين يفضلون القراءة على مشـــاهدة التليفزيـــون يقرأون كتب تتميز بالجودة العالية، وهم على عكس الذين يقضون معظم أوقـــاتهم فى مشاهدة التليفزيون.

كيف يمكن للتربويين الاستعانة بالتليفزيون فى تعزيز القراءة؟:

بما أن الأطفال يتعلمون الكثير من التليفزيون، فيمكن للتربويين الاســـتعانة به لتحسين مهارات القراءة فى أوقات الفراغ، ويتم ذلك من خلال الإرشاد وانتقاء البرامج المؤثرة والفاعلة والتي تحمل مضمونًا فكريًا يعود بالفائدة على الطفل.

فقد وجد أن البرامج الفكرية الإرشادية تؤثر علـــى مهـــارات الإصـــغاء والقراءة، ووجد أن تلاميذ المرحلة الثالثة الذين يكثرون من مشاهدة هذه الـــبرامج الإرشادية يحققون علامات أعلى فى القراءة والإصغاء، وهم على عكس المقلين من مشاهدة هذه البرامج.

التليفزيون وتغيرات السلوك الاجتماعي:

إن الدعاية السيئة تلبس الحق بالباطل، وتزيف الحقائق وتستفيد من جهـل الناس، فتحملهم الأباطيل فى صورة حقائق، وتؤدي إلى تغيرات فعالة فى السـلوك الاجتماعي، لاسيما أنها تخترق حياة الناس فى أدق تفاصيلها وتؤثر فيهم، حتى ليكاد التليفزيون الذي يعد الأداة الأكثر فاعلية فى الإعلام المرئـي عمومًـا، أن يحـدث المشاجرات والانفعالات والشد العصبي بين أفراد الأسرة الواحدة، لما ينقلـه مـن أنباء وخطاب وتفاصيل مثيرة عن العالم، بعد فبركتها بقصد الإثارة.

فأصبحت الدعاية السيئة، محور التزييف والتشويه للحقائق، وأصبح سلوك العنف المنقول عبر الشاشة الصغيرة، هو السلوك البطولي الأكثـر سـيطرة علـى المتلقي، ونقل السمات المكتسبة للأطفال بوساطة هذا الجهاز، فى الوقـت الـذي يكون الأب منشغلاً عن أبنائه فى معظم اليوم خـارج الأسـرة؛ وقلـة حضـوره وتواجده، أدي إلى أن يصبح التليفزيون الأب البديل للطفل، بما يقدمه مـن مـادة إعلامية مغلفة بالحلوى والشكولاته، بانتظار أن يلطعها الأطفال لا شـعوريًا مـع إنشداد نفسي غير اعتيادي، فكانت اللغة السائدة للتفاهم، هي لغة حوار العنـف بواسطة أفلام الكارتون أو عبر المسلسلات الاجتماعية الداعية إلى أن يكون البطل أكثر قسوة فى القتل وتصفية أعدائه، أو إظهار التـهريب والمتـاجرة بالمخـدرات والممنوعات بمظهر السلوك الاجتماعي الطبيعي

فالتليفزيون ينطوي على نوع فطري من التحير كامن فى داخله إر ء تصوير أي صراع فيما يتعلق بالوحشية التي يمكن إبصارها. لذا نجد مآسي الإنسان فى هذا العصر أكثر من مآسيه فى أي عصر مضي، خاصة مع قدرته العالية والفعالـة، أي التليفزيون فى تحريك آليات الحياة وتفاعلها مع الموجودات الحية والحياة عمومًا

وهذه القوة – التليفزيون – يتأثر بها الإنسان ويتفاعل معها وتكاد توجهه وتغير اتجاهاته وميوله نحو موضوع حيوي في حياته، وإزاء موقف أو قضية ما فعالة بشكل لا يطاق، وهذه القوة أصبحت تتعدى نطاق السيطرة عليها أو على قوة تأثيرها ووجودها الذي يتسرب بشكل لا انفكاك منه للأسرة.

فكأن التليفزيون، هو الضيف الذي يدخل دون استئذان على الأسر والبيوت في أي وقت، وفي أي مكان، ومن ثم يتم تعلم كل التصرفات والسلوك العدواني من خلال المشاهدة المنظمة لمنفذي أعمال العنف تمامًا مثلما يتعلم الأطفال المهارات الاجتماعية والمعرفية من خلال مراقبة آبائهم، وإخوانهم أو رفاقهم وغيرهم وأكثر من ذلك، فقد أصبح واضحًا أن المدى الذي يحرض الطفل على محاكاة فاعل العنف يتأثر تأثيرًا كبيرًا بالتعزيز الذي يتلقاه الطفل من الفاعل، فإذا كوفئ الفاعل على سلوكه العدواني أمام مرأى الطفل وحصلت الإثابة، فإن من المحتمل أن يقلد الطفل هذا السلوك.

لذا فإن الأطفال الذين يشاهدون سلوكيات عدوانية بحجم كبير في التليفزيون، بمقدورهم خزن هذه السلوكيات، ومن ثم استعادتها وتنفيذها، وذلك حينما تظهر المؤثرات الملائمة لإظهار هذه الاستجابة السلوكية العدوانية، وإن تذكر السلوك العدواني الذي يقدم حلاً لمشكلة يواجهها الطفل، قد يؤدي إلى إطلاق هذا المكبوت من السلوك العدواني، ويصبح المفهوم العدواني مقترنًا مع النجاح في حل مشكلة اجتماعية.

ويظل التليفزيون الوسيلة الفعالة في قوة التأثير إعلاميًا، حتى قيل إن معظم المشاكل التي تواجه الآباء مع التليفزيون لا تتصل مباشرة بالتليفزيون ذاته؛ بل بالسيطرة عليه.

المسرح كوسيط إعلامي:

يعتبر المسرح من أقدم الفنون التي عرفها الإنسان. فيمتد تـــاريخه بعيدًا في عمق التاريخ البشري، فقد بعض الاكتشافات الأثرية للأقوام الغابرة لاسيما منها أن تاريخه يرجع إلى ما قبل الميلاد.

وفى العصر الوسيط، عصر هيمنة الكنيسة آنذاك على السلطتين الدينيـــة والدنيوية نجد، للمسارح أهمية خاصة وقد بنيت بعضها إلى جانب أبنية الكنـــائس ودور العبادة.

وقد أظهرت دراسة بعض المخطوطات التي عثر عليها فى الآثار اليونانيـــة، بأن الكنيسة، وهي تسوس المجتمع دينًا ودنيا وظفت المســـرح لتـــرويج أفكارهـــا ومفاهيمها، وذلك عن طريق عروض مسرحية تستل فكرتها من الكتـــب المقدســـة لديهم آنذاك، ومن تعاليم السيد المسيح – عليه السلام.

وصارت هذه العروض بعد حين طقوسًا عبادية تفرض وبشيء من الإكراه، على الذين يأمون الكنيسة للصلاة والتزود بالمعرفة الدينية لتصبح لهم دروسًا عملية تنفعهم فى حياتهم اليومية.

وما من ريب، أن الكنيسة لم تفرض مثل هذه الطقوس العبادية، كما وأنهـــا لم تولي أبنية المسارح كل هذا الاهتمام إلا بعد ما لمست وعن قرب أهمية المسرح فى التأثير المباشر والحقيقي على نفوس المتلقين، ووجدت مسلكًا أفضـــل مـــن إلقـــاء المواعظ شفاهية والتي تنسي بعد حين.

السينما كوسيط إعلامي:

لعل ما توصلت إليه الكنيسة فى العصر الوسيط إلى أهمية المسرح باعتباره أحد وسائل الإعلام المرئي، قد توصل فى بدايات القرن العشرين أصحاب القرار السياسي الغربي إلى الحقيقة ذاتها، وقد أبهرهم اختراع جديد و وسيلة أخرى بل ومن أخطر وسائل الإعلام المرئي ألا وهي السينما.

وبالرغم من أن السينما فى خطواتها الأولي كانت صامتة تعتمد على الحركة والإيماءة وتوصل الفكرة والمضمون عن طريق القدرة الإبداعية للممثلين، لكنها وفى وقت قصير من ظهورها استطاعت وبشكل ملفت للأنظار استقطاب الناس من حولها؛ مما دفع أصحاب القرار السياسي آنذاك لتبني هذه الصناعة الجديدة.

وقد اعتبر هؤلاء أن السينما، وهي أم الفنون -كما يسمونها - قادرة على التغيير الذي ينشدونه، وسلاح ماضٍ ضد أعدائهم، فاهتموا بإنمائها لتزدهر وتتقدم من أجل إيصال أفكارهم إلى أكبر شريحة فى المجتمع.

ولعل أولي الخطوات التي خطتها السينما الأمريكية، وهي تتبني هذا المشروع الجديد هو تغيير الخارطة التاريخية لسكان القارة الأمريكية الأصليين وهم الهنود الحمر، فأنتجوا وفق هذا السياق، أفلامًا تصور هؤلاء السكان بأنهم أوباش قطاع طرق ينتهكون الحرمات ويسطون على أموال الغير، وهم يعيشون حياة بدائية تعود إلى قرون من الزمن، ولأجل إيجاد مسوغ لإبادتهم أظهروهم بأنهم لا يريدون التطور والتقدم؛ بل يحاربون أولئك البيض الذين جاءوا فاتحين من أجل بناء حضارة يسودها السلام!، فنمت فى نفوس أجيالهم بذرة الحقد والكراهية على أولئك السكان واعتبروهم من الخارجين على القانون.

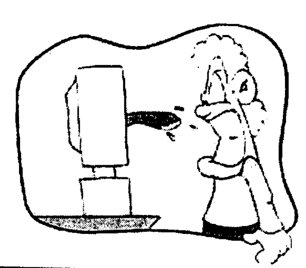
وهكذا رأهم الشعوب الإسلامية من خلال ما يعرض فيها من أفلام الكاوبوي والتي صورت الرجل الأمريكي ذا القبعة هو رجل لا يقهر.

وبعد أن استطاعت السينما الأمريكية مسخ هوية هؤلاء الأقوام، خطت خطوة أخرى حيال العنصر الزنجي، وصورته بأبشع الصور، ورسمت له شخصية منحرفة لا يعرف إلا التسكع والإدمان على الخمر والجريمة، فمثل هؤلاء يجب أن يرمي بهم إلى مزبلة التاريخ، ولا يصلحون إلا عبيدًا أرقاء فى بيت الرجل الأبيض الذي باركته السماء!.

الإعلام والعنف

تعد الحرب بكل أشكالها قهرًا لإنسانية الإنسان، مهما كانت نتائجها بالنسبة للطرفين المتحاربين، وهذه النتيجة مسلمة يؤمن بها الرجال منذ فجر التاريخ، إلا أن مصالحهم الشخصية الضيقة وطموحاتهم المرضية تتغلب على الجوانب الإنسانية بكل تفاصيل الحياة، من حيث المجد والشهرة وإشباع النزعات المرضية الخفية التي تحرك رجالات الحرب.

فآلة الحرب بكل ما تحمله من أجهزة ومعدات مصاحبة لها، إنما هي في جوهرها تبادل منظم للعنف، والدعاية في جوهرها عملية إقناع منظمة، وهي إحدى أجهزة الحرب وآلياتها، فبينما تهاجم الأولى الجسد، فإن الثانية تنقض على العقل، الأولى حسية والثانية نفسية، وفي زمن الحرب تهاجم الدعاية والأعمال الحربية النفسية جزءًا من الجسد، لا تستطيع الأسلحة الأخرى أن تصل إليه، في محاولة للتأثير في طريقة أداء الأطراف المشاركة في ميدان القتال، حتى أن الدعاية للحرب قديمة قدم الحرب ذاتها، وأن الذخائر التي ينتجها العقل والتي توجه إلى العقل، هي أسلحة أثبتت أنها لا تقل أهمية عن أي من الأسلحة التي ابتكرها الإنسان حتى الآن بهدف محو وجود إخوته في الإنسانية.



وقال **البيروكامى**: على اتساع خمس قارات خلال السنوات المقبلة سـوف ينشب صراع لا نهاية له بين العنف وبين الإقناع الودى، ومن هنا سيكون السـبيل المشرف الوحيد، هو رهن كل شيء فى مغامرة حاسمة مؤداها أن الكلمات أقوى من الطلقات، وتحققت فى إعلام الحرب السيادة على الأعداء، ولكن بقيت آلة الحرب بكل إمكاناتها تعمل خفية، ولكنها توجهت للدماغ، فكان من نتائجها الحرب على الدماغ، وتسييره نحو حرب جديدة، وهي سياسة الـدول المنتصـرة فى الحـرب، وتسخير كل الشعوب لها، ولو بوسائل تختلف كليًا عما كان يمارس زمن الحرب.

ولكن تبقي أداة الحرب المتمثلة فى العنف الفردي والسلوك العدواني، هي النتيجة المحققة فى زمن السلم؛ بحيث أصبحت الكلمات أقوى من الطلقات لاسيما أن أدوات الدعاية والإعلام أخذت مفعولها فى التأثير بشكل لا يرد.

إن العنف المتعلم واقعيًا من الحرب، والمنقول من جبهات القتال لسـنوات أو أشهر، يشكل بحد ذاته سلوكًا يطغي على تصرفات الشخص المشارك فى الحرب أو العنف، بالإضافة إلى الإعلام والدعاية المصاحبة لهما وإظهار صورة النصر البراقة كإيقاع حتمي فى النتيجة؛ مما يضفى على سلوك أفراد المجتمع هذه المسحة الملفوفـة بالعنف، رغم أن التليفزيون والسينما والصحافة التي مـا زالـت تـذكر النـاس بالانتصارات المتحققة فى الحرب والمباهاة الزائدة بحق الشعوب بالزهو فيها وتمنحها دفعات قوية من الانفعالات.

كذلك محاولة مزج صورة العنف الدموي وصور القتل كبديهية لابد مـن قبولها واقعًا متحققًا، فينشأ لدي معظم الناس الإعداد النفسي مع التـهيؤ الملائـم لقبول العنف والسلوك العدواني كحقيقة واقعية وسلوك طبيعي

ويمكن تفسير مشاهد العنف والسلوك العدواني. من خلال:

- التعلم الرصدى الذي من خلاله ترتسم السلوكيات العدوانية وتوصف في التلفار، ويتم تعلمها من قبل المشاهد
- تبدلات المواقف التي يترتب عليها التعرض إلى مشاهد العنف وظهور عاطفة العدوان، أي تأثيراتها على السلوك.
- حدوث تغيرات في الإثارة الفسيولوجية أو العاطفية وفي الاستجابة، والتي تتجسد بمشاهدة العنف، وبعاطفة العدوان.
- عمليات التبرير الصادرة عن الأولاد العدوانيين الذين يرقبون ويشاهدون أفلام العنف، لأنها تزودهم بالغرض لتبرير سلوكهم العدواني على أساس كونه عاديًا.
- التفريغ الانفعالي، الذي من خلاله يجنح المشاهد إلى الانسياق وراء دوافع السلوكيات العدوانية، ويؤدي ذلك إلى تناقص هذا الدافع نتيجة مشاهدة الفاعلين وهم يتصرفون تصرفًا عدوانيًا



انعكاسات العنف والسلوك العدواني على المجتمع:

يقول الله سبحانه وتعالى:

"فإنها لا تعمي الأبصار ولكن تعمي القلوب التي فى الصدور"

سورة الحج – الآية: ٤٦

وقال الرسول – صلي الله عليه وسلم:

"إن من البيان لسحرًا، وإن من الشعر لحكمة"

رواه الترمذي والطبراني فى الكبير

فالإعلام الموجه بكل وسائله المتاحة من إذاعة وتليفزيون وسينما وصحافة ... الخ، يقلب الحقائق، ويؤثر فى الناس إيجابًا أو سلبًا، ويغير اتجاههم نحو قضايا معينة، ويظهر أنواعًا مختلفة من الآراء حتى ليصور الحقائق بأنها خرافات أو العكس تماماً، وما عرضناه من آراء حول تكوين سلوك العنف والعدوان باعتباره سلوكًا مقبولاً لا يرقي إليه الشك.

وقد يتستر بشعارات العدالة الإنسانية أو الديمقراطية أو الدفاع عن حقوق بعض الشرائح الاجتماعية أو العمل لأجل سعادة البشرية، وبالتالي قبول سلوك العنف استنادًا لتلك الطروحات المدعمة بأدلة منطقية، والتي تأخذ الجانب الموضوعي فى سياقها السطحي، وتستطيع أن تتوغل فى عمق المجتمع؛ مما يكاد أن يحقق أهدافها المرسومة لتتحول بمرور الزمن إلى قيم اجتماعية مقبولة، فى كون انعكاس العنف والسلوك العدواني المهيأ له من قبل وسائل الدعاية والإعلام سلوكًا اجتماعيًا مقبولاً، ويستدمج لدى أفراد المجتمع باعتباره مظهرًا طبيعيًا.

ويتمثل ذلك من خلال:

أولاً: العدوان اللفظي:

ويتمثل في:

- الشتائم المتكررة.
- التهديد بالكلام والإشارات.
- الإكثار من الأصوات العالية والضجيج والصياح الغاضب.

ثانياً: عدوان مباشر ضد الأشياء:

ويتمثل في:

- إشعال الحرائق.
- تكسير الأشياء، وتهشيم النوافذ.
- ضرب الأبواب بعنف، وبعثرة الأشياء.
- إلقاء الأشياء ورميها بعنف، والكتابة العشوائية على الجدران.

ثالثاً: عدوان ضد الآخرين:

ويتمثل في:

- ضرب الآخرين.
- مهاجمة الآخرين ومحاولة جرحهم.
- الاندفاع نحو الآخرين بشكل عدواني.
- الهجوم على الآخرين بشكل خطير يبلغ حد جرحهم بصورة خطرة.

فسلوك العدوان والعنف والكراهية بين الناس، أصبح محور التعامل مع أفراد المجتمع، بسبب قوة تأثير الإعلام ووسائله الناجحة فى البث، والتأثير على عقل المتلقي، ولكن هذا السلوك لا يشكل حلاً أو دواءً وعلاجًا للمرض الاجتماعي، وإنما زاد من تفاقم التخلف الذي صاحبه العنف الملازم للسلوك.

فضلاً عن أن سلوك العنف والعدوان لم يكن سلاحًا لتغيير سلوك آخر، وإنما عمق الفرقة والكراهية والتصدع فى القيم الاجتماعية، فتعددت دوائر العنف والكراهية وزاد البغض بين أفراد المجتمع الواحد، حتى كاد الناس ينسخون قيمهم الأصلية التي توارثوها من آبائهم بقيم الكراهية والعنف والاحتيال والغش.

وإذا ما تم التوصل إلى حلول تتناسب مع الأزمة وإمكانية تفتيتها، ظهر إعلام العنف مرة أخرى يلوح فى الأفق ويؤكد على السلوك العدواني كأداة لحل المشكلات، ولكن بغلاف الكرامة والشهامة والنخوة وما أشبه ذلك.

ولعل من أشد ما أفرزته هذه الحالة على المجتمع من صنوف الفجيعة، هو أن كل قبيلة من القبائل المتنافرة أو المتناحرة صارت تملك كل القناعة والجزم والتأكيد على أنها الوحيدة القادرة على الرؤية النافذة والرأي القويم، والتحليل الذي لا يخطئ فى فصل العناصر وإيجاد الحلول، ومن أمثلة تدني هذا الواقع هو سيطرة صاحب الرأي الذي لا يفقه بأمور الحياة وحل مشاكلها، ويرى أن رأيه هذا هو الأصح وغيره خطأ ومخالف لكل القوانين والقيم والأعراف الاجتماعية، وإن استخدام العنف والعدوان والقوة هو الأسلوب المناسب لحل المشكلات، ولا بديل آخر غير ذلك.

بين التعاطف الاجتماعي وسلوك العنف والعدوان:

إن الدين الإسلامي، دين شمولي من حيث منهجه فى الحياة ومن حيث تفسير وقائع وأحداث الحياة المختلفة، فهو شمولي فى نظرته للكون وللإنسان، حيث لا يركز على جانب دون آخر، فهو شامل من حيث التحليل والتفسير للظواهر، وهو يضع الحلول للأزمات ويطرح الخبرات السابقة كأدلة علمية، ويدعو العقل إلى كشف الأمور واستخدام العاطفة بدلاً من العنف، كما يدعو إلى المحبة بين الشعوب والأفراد، والعيش بسلام بين الناس، ونبذ سلوك الكراهية والعدوانية؛ حيث قال الرسول – صلي الله عليه وسلم:

"العلم خليل المؤمن، والحلم وزيره، والعقل دليله"

رواه أحمد فى مسنده

فالتعاطف الاجتماعي وسلوك المودة والتقارب بين الناس هو سلوك الإسلام كدين، وهدف الأديان السماوية عمومًا، والتي أنزلها الله لجعل الكائن البشري أكثر إنسانية، كما دعا العلماء بكل التخصصات الدينية والإنسانية والعلمية إلى تعظيم شأن الإنسان الذي يعد أفضل المخلوقات، وإلى نبذ العنف والعدوانية والتحكم فى النفس والتعاطف مع الآخر بالمهارات البشرية قصد إنضاجها، وهذه المهارات تسمو فى قمتها المهارات الاجتماعية التي تجعل التعامل مع الأخرين فعلاً قويًا، وذلك، لأن العجز عن امتلاك هذه الكفاية، يؤدي إلى فشل أو عجز فى الحياة الاجتماعية أو إلى تكرار النكبات التي تحدث بين الناس.

والواقع أن النقص فى هذه المهارات، هو سبب فشل العلاقات المتبادلة بين الأشخاص والمجتمعات.

وهذه القدرات الاجتماعية التي يتمتع بها الإنسان، هي التي تجعله قادرًا على مواجهة الآخرين وتحريكهم، وعلى إقامة العلاقات الحميمة الناجحة، وعلى إقناع الآخرين والتأثير فيهم، لذا فالتعاطف مع الإنسان الآخر هو توضيح لمعنى وجود الحياة الإنسانية الخالية من العنف والقائمة على العدل والرحمة والمغفرة، وهي دعوة الجميع للعيش بأمان، وهذا يعني أن تطمئن القلوب وترتاح النفوس ويزول القلق ويسود الإحساس بالسكينة وراحة البال، ولأن الخالق سبحانه وتعالى موجود فإنك لست وحدك، وإنما تحفك العناية الإلهية وستشعر بالاستئناس والصحبة والأمان، فلا هجر ولا غدر ولا ضياع ولا وحشة ولا اكتئاب.

أما أسلوب العدوان والعنف، فهو أيضًا يحظى بدرجة لا بأس بها لدى المتلقي بفعل تأثيرات الدعاية والصحافة والتليفزيون والإعلام الموجه نحو شعوب بعينها ومناطق تعد الأكثر سخونة فى العالم.

ومسألة إخضاعها للتجارب حتمية لا بد منها، لاسيما أن مصالح الدول المتنفذة، هي الأكثر سيطرة على العالم، فهي تشكل نقطة أساسية فى استمرار بقاء تلك المناطق متوترة وساخنة، لذا وجدت علاقة سبب ونتيجة بين الإعلام والعنف والجريمة، وفى أفضل الأحوال يمكن القول إن توصيفات وسائل الإعلام لا تتسبب فى أن يصبح الجمهور عنيفًا، لكنها قد تؤثر على بعض مستخدمي وسائل الإعلام الذين يمتلكون نزعات غير اجتماعية، وقد تنشر الشك والخوف بين الأخرين.

لقد أثبتت الدراسات العلمية أن انتشار السلوك العدواني والعنف بين أفراد المجتمع، هو كانتشار العدوى فى حالة وجود مرض سريع التفشي.

فالعدوى، هي تعلم سلوكي بين الأفراد فى المجتمع الواحد، وخاصة أولئك الذين لديهم تهيؤ لهذا الوضع، أو الذين أنهكتهم الحياة بمتاعبها واستنزفتهم الأيام.

ويأتي الإعلام ليضيف إلى هذه المعاناة والتهيؤ قوة بالتوجيه السلبي؛ مما يزيد فى قسوة الترسيخ والتدعيم.

وقد وجدت دراسات العنف والمؤثـــرات النفسية الإعلامية على العدوان من خـــلال تقمص شخصيات معينة أن لها أدوارًا واضحة فى إرهاب الناس الآمنين أو الشعوب المستقرة اجتماعيًا.

فبقدر ما يوجد من تعاطف ومحبة بين الناس وتواد وتآلف، توجـــد بـــنفس المقدار دوافع العدوان وأساليب العنف والكراهية والرعب، حتى لنكـــاد نعتـــرف بشكل أو بآخر بأن الناس والشعوب باتت حقول تجارب لسياسات لم تتحقق مـــن فرضياتها بعد، وبما أنها قد فرغت من إخضاع الحيوان قـــديمًا: الفـــأر - القـــرد - الكلب، للتجارب، فقد حان الوقت الآن لإخضاع الشعوب للتجارب.

صفوة القول فى الإعلام والعنف:

عندما نتطرق لهذه المفاهيم، إنما نعني بها القتل والتشريد والتهجير والتصفية الجسدية، وكل أنواع القسوة التي يمتلكها الإنسان ضد أخيه الإنسان، وهو محورنا الأساس، أي الإنسان، فكل تلك الموضوعات تستهدف الإنسان فى وجوده السوي والمرضي، وجوده المنحرف والصحيح؛ فالسلوك العدواني، هو سلوك منحرف عن الشخصية السوية، لا يرقي إلى السلوك الإنساني.

فالإنسان، هو محور هذا الموضوع فى صحته ومرضه وانحرافه، وفى عظمته ودونيته، قوته وضعفه هو هو، كما خلقه الله، وهو هو فى قدرته على القسوة، وقدرته على العطاء بإنسانيته.

وقد أثبتت الدراسات المتخصصة بأن الإنسان يتكون من خلايا تتحكم فيها دورات داخلية منظمة ومنتظمة، فإذا اختل هذا الانتظام مرض الجسم واضطربت النفس.

إن هناك إيقاعًا داخليًا بالجسم يتحكم فى كافة ردود الفعل العقلية والجسدية، وإن الإنسان يتكون من نفس تكوينة الأرض، أي سوائل، أملاح، ومعادن، ٨٠% سوائل، ٢٠% مواد عضوية وغير عضوية، وإن تدفق السوائل فى الخلايا يتغير بتغير القمر، وهذا يؤثر على منظمات الجسم الداخلية، فتغير أشياء مثل الطاقة، والتكيف، والاحتمال، والقدرة على الحكم الصحيح، إنما هي قدرة ذاتية لديه، ويبقي أن نقول:

"ولله فى خلقه شئون"

الإعلام بضاعة رائجة

إزاء ما تجلبه وسائل الإعلام عبر أجهزتها الحديثة الصنع والمتوالية فى تقديم ابتكاراتها التكنيكية، والمصحوبة بعطاءاتها المعلوماتية والثقافية بزخم أكبر وكم أكثر، وعدم تهيئة ما يشير لمواجهة سيل الإعلام الغربي التخريبي فى جوانب من عروضه، لابد من انتهاج سياسة إعلامية واضحة فى كل بلد مستقل، أو يدعي بامتلاكه السيادة المنفكة عن فلك الدول الغربية الكبرى، وأن يؤخذ فيه بعين الاعتبار درء الخطر القادم مع تلك الأجهزة الإعلامية الإلكترونية المتجددة، مع ضرورة انتقاء المفيد منها فقط.

إن طرح سؤال على مسئول فى إطار هذا المعنى ربما يحمل معه إشكالية، إذ ما تزال هناك صعوبة لتحديد الكيفية الممكن اعتمادها، عقب اقتناء جهاز إعلامي أحدث فى تقنياته، فبقدر ما تبدو الحالة بأن المسألة فى خلاصتها، لا تتعدى فى المفهوم الغربي، أكثر من ضرورة إيجاد أسواق خارجية لصالح الاحتكارات الإعلامية الغربية لترويج إنتاج بضائع أجهزة الإعلام: تليفزيونات – حاسبات آلية ... الخ، التي تعرض بث برامج ومواد ايجابية نافعة وسلبية ضارة بوقت واحد، فإن من رجاحة التفكير أن يتم التركيز على استحصال المفيد من عروض تلك الأجهزة، عبر عملية انتقاء موضوعية، تمد بمعنويات الإنسان، ولا تسبب له شيئًا من تشتت الأفكار، فمثلما يتم اختيار موديل الجهاز الإلكتروني الإعلامي الأكفأ فى عمله، يفضل أن يحسن انتقاء الأزكى من عروض الجهاز الإعلامي المعني، هاملاً كل ما يعارض مبادئ الفطرة والسوية والحشمة والعفاف.

وبذا يمكن أن تكون مساهمة الذات على أرقي ما يكون التعامل مع أجهزة إلكترونية، هي فى النتيجة صماء فى صوتها أو معدمة عن صورتها، أو ممحية من كتابتها، ولا يستنطقها أو يحرك عملها إلا الإنسان وفقًا لإرادته ووعيه واهتمامه واختياره الحر.

طبيعي جدًا، أن المجتمعات تريد أن تحيا لا أن تعيش فقط، لكن الغرب الذي يتخذ من سيطرته على المخترعات الإعلامية التكنولوجية، وسيلة للضغط المعنوي على بقية المجتمعات، ويعتبرها كبؤر استهداف، لتمرير مصالحه الأنانية والتخريبية، سوف يسقط حتمًا أمام حنكة العقل البشري وتضامن الإنسان مع الإنسان.

عادةً لا تتسم الدعاية الإعلامية بتوضيح الفكرة الأساسية لمآربهـــا، فهـــي تقدم نموذجها عبر وسائل الإعلام، حتى تستميل أكبر عدد من الناس، ليكونوا من حيث لا يدرون وسطًا ترويجيًا ناقلاً لها، ومؤثرًا على اتجاهات حيادية الرأي العام.

الدعاية ... قضية إعلامية دولية:

الحياديون المعنون البصيرة ممكن أن يعترفوا مع أنفسهم على الأقـــل، أن أوان الدعاية الإعلامية الغربية المعادية لكل ما هو غير سائر مع ركب التطلعـــات العالمية عند الدول الرأسمالية، تثير لديهم تساؤلاً مشروعًا، ذا مفاد صـــريح يـــنص على: أين هي عدالة الغرب حتى يمكن الوثوق تمامًا بإعلامه؟.

ويستكمل طرح النقد الموضوعي خطوته بهذا الصدد – إذا ما تم التأكيـــد أن محور الدعاية الغربية، يدور حول الدعوة بشكل إيحائي إلى التحضر على طريقة تقليد الأسلوب الغربي، والثقافة الغربية، والفكر البرجوازي الليبرالي الغربي، أي أن المطلوب من المجتمعات غير الغربية، وبالذات منها الواقعة ضمن جدول الاستهداف الغربي كمجتمعاتنا الإسلامية والعربية، أن تفقد هويتها المحليـــة وتهجـــر أعرافهـــا وتقاليدها المحلية الأصيلة، المعروفة بإيثار التماسك العائلي وعفاف الأفراد من كـــلا الجنسين.

الآراء المثارة حول مختلف قضايا العصر، توضح أن التغطية الإعلامية لها ولأحـــداث العالم، تساهم حتمًا فى تشكيل مستقبل البشرية، لذا فليس من العدل أن تنفرد بها الوكـــالات الإعلامية الحكومية لوحدها أو الوكالات الإعلامية المستقلة بالاسم، وفى صدارتها وكـــالات الإعلام الغربية والتابعة.

فقد ثبت ويثبت كل يوم، أن إيداع المعلومات القالبة للحقائق تســتهدف التوصيل المحرف للمعلومات، إذ أصبحت هناك صعوبة فعلية وقائمة لمواجهة السيل الإعلامي المتدفق والجارف للمصداقية والحقائق، هذا إن لم يُقل إن هنــاك صــعوبة لمتابعة ومواكبة ذلك.

الدعاية الإعلامية ... وسيلة اجتذاب:

الزخم المعلوماتي الهائل السائد فى وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، أضحي من الظواهر التي تثير تساؤلاً ملحًا ذا مفاد يقول: هل إن المجتمعات بحاجة فعلية حقًا لتلقي كل هذا الكم من النشاطات الإعلامية، المحاطة بدعايات الترغيب لاعتمادها كضرورات حياة قصوى، خصوصًا وأن هناك ما يزيد الاعتقاد رسوخًا بأهمية التوجه لإعادة ترتيب بعض الأوضاع الإعلامية، إذ من الملموس ألا فائدة حقيقية ممكن كسبها من أي دعاية تتعلق بمدي شرعية توظيفها سلبيًا، بغية تضييع حق عام، أو النيل من واقعة عادلة، ويساعد على ذلك أجواء المرحلة السياسية الراهنة التي أقحمت بتطفلها وفضولها كل مجال؛ بحيث أشبكت معظم نشاطات الإعلام والثقافة فى بوتقة واحدة تخلوا فى الغالب من المعايير النوعية.

ومن هنا جاءت الضرورة المتأملة للعثور على ما يصلح أن يكون بديلاً أفضل ومعبرًا عن الطموح المجتمعي ولو فى حده الأدنى الممكن استحصاله، فهذا زمن يتقدم بمادياته ويتراجع عن روحانياته، ويكاد يبدو للخلل الإعلامي فيه معالم لها مدارس ودعاة، وضمن هذا السياق لعموم الإعلاميات، تأتي الدعاية الإعلامية الباثة والناشرة، لتضع بعض عينالها شريط صوري أو شريط صوتي أو متن كتاب أو دورية مجلة ... وغيرها، وهي حاملة المخاطر فى جوانب من مضامينها، التي لا تمنحها العقول الراجحة وزنًا حقيقيًا أو تأييدًا مؤكدًا، كما لا يمكن أن تودع النفوس السوية تلك المضامين بين جنباتها، فبديهية التفكير الواعي لا تستحسن إعطاء أي دور مشجع للسارق من معنويات الناس، بنفس القدر الذي ترفض فيه سرقة حقوقهم الشرعية المكتسبة، ومنها مجالي الثقافة والإعلام.

الكلام المنمق المباشر الذي تقدمه الدعاية الإعلامية، لم يعد مقنعًا فى كـثير من الأحيان، وإن لم يكن مرفوضًا لدي شرائح عديدة من المجتمع، بعد أن أصـيب الناس المتابعون بتخمة إعلامية إذ يحيط بهم الإعلام بأكثر مـن جانـب فى البيـت والمدرسة والنادي والشارع.

لـــذا

فقد وعت الجهات الإعلامية بأغلب مدارسها إلى ضرورة أن تبذل جهـدًا تكتيكيًا كافيًا، للتعريف بخطوط نهجها ومنطلقات برامجها فجاءت الدعاية الإعلامية كحالة تسييد وتداول، مقدمة عبر وسائل وأساليب اجتذاب متجـددة ومنوعـة، لتعوض عن شيء ما يستهدف تحويل سيكولوجيا المتلقين للإعلام إلى جادة الدعاية الإعلامية المعروضة.

الصحافة



نبذة تاريخية:

يمكن القــول بأنه – وقبل اختراع الطبعه لا حاجز بين حرية الرأي وحرية الصحافة، فالعنوان الأخير كان ينضوي تحت عنوان واسع شامل وهو حرية إبداء الرأي.

أما الصحافة بالصورة، التي هي عليها الآن فقد اقترنت بتــاريخ اختــراع الطباعة أو تأخرت عنه قليلاً فقد كان تقدمها – الصحافة – مرتبطًا ارتباطًا تاريخيًا بنمو المدنية الغربية منذ بداية القرن السابع عشر، إلا أنها في النصف الثاني للقــرن التاسع عشر والنصف الأول للقرن العشرين، اتخذت طابع الصناعة الكــبيرة، وأن استهلاكها المنتظم شمل عمليًا كافة السكان في البلدان المصنعة على الأقل؛ حيــث أصبحت قراءتها عادة ونسقًا من السلوك الاجتماعي.

ويرجع تاريخ ظهور أول صحيفة مطبوعة، إلى ما بعد اختــراع الطباعــة بقرنين أي مع بداية القرن السابع عشر.

لقد كانت باكورة الصحافة المطبوعة، وأول نتاج شهده العالم من نوعــه، هي النشرة الدورية الفرنسية المسماة بـــ **الجازيت لينوفرات وينودت** Gazette De Renaudot France De Theophrate، والتي صـــدرت ســـنة ١٦٣١م برعايـــة ريشيليو، الرجل الذي اقترنت باسمه الجائزة الأدبية العالمية.

وتعد الصحافة سلاح ذا حدين، فقد يخط نهج التحرر ويعبر عـــن حكمـــة الحق ورأي الشعب ويسوقهم نحو المزيد من الوعي والانفتاح والتقدم، وذلـــك إذا كان أداة بيد الجماعات المخلصة والأحزاب الحرة والمؤسسات الدستورية.

كما قد يقود الوطن والمجتمع إلى المزيد من الجهل والتخلف والضـــياع إذا صار أداة بيد المستبدين.

أهمية الصحافة:

إن أهمية الإعلام لا تخفى على أحدٍ، والصحافة باعتبارها من أبرز وسائل الإعلام أخذت حيزًا مهمًا في حياة المجتمع العصري.

ذلك أن الإعلام – وفي قمته الصحافة – له دور كبير وفاعل في مختلف المجالات، منها:

- توعية الناس وتوجيههم، بإعطائهم الأفكار الجاهزة والمعلبة، والمقترنة بأساليب الإقناع.
- وسيلة هامة في الدعاية الانتخابية؛ حيث تكون منبرًا للمرشحين، لبيان أفكارهم وآرائهم ووعودهم ... وغير ذلك.
- فضح الممارسات الخاطئة للمسئولين، وتسليط الأضواء على مواطن الخطأ والغلط في تصرفاتهم؛ مما يسبب انتباه الجمهور إليها والعمل على تقويمها.

ويري المتتبع لسير الأزمنة الماضية أنه يوجد أنظمة ومؤسسات ومهنًا قد نشأت متلازمة في خلال التاريخ، إذ أن نشوء بعضها أدي إلى وجود البعض الآخر، وهذا الذي كان بين الديمقراطية والصحافة، لأن الصحيفة وكل مؤسسة حرة لا يمكن أن تنموا وتترعرع إلا في ظلال الحرية، وكلما تقلصت الحرية تقلصت الظلال التابعة لها.

وإذا كانت الديمقراطية، هي الينبوع الصافي الذي تعب الصحافة من ريان مائه العذب، لذلك كان على الصحافة أن تظل جادة على الدوام في خدمة الديمقراطية والدفاع عنها.

دور الصحافة فى إرساء قواعد الحرية:

لا يخفى أن العالم – ومع بدايات الصحافة المطبوعة – قد مر بفترة احتكار الدول للصحافة المطبوعة، فقد كانت الدولة تحتكر الصحف وتتخذ منها وسيلة لنشر قراراها، وتوجيه الناس، ولكن هذا الدور سرعان ما انحسر مع صعود سلطة المثقفين.

فإن دور الصحافة قد نما وتطور مع صعود سلطة المثقفين، وأصحاب الرأي، وقد وجدت فيها – الصحافة – الثورة الفرنسية وسيلة لإعداد المواطنين، وبالتالي الوسيلة الممتعة التي لابد منها لحق الاقتراع، وممارسة الشعب، ومشاركته فى الأمور السياسية ذلك المبدأ الذي كانت الثورة الفرنسية تدعو إليه، وقد أنعش هذا المفهوم – مفهوم الاقتراع – كل المدافعين عن حرية الصحافة.

ومن هنا انتقلت الصحافة وتجاوزت المرحلة التي كانت فيها وسيلة للدول – السلطة – إلى كونها وسيلة وأداة بيد الشعب، ليعبر من خلالها عن آرائه بحرية قبالة آراء السلطات؛ مما يساعد لوضع حد لسياسة الحكام لئلا يتجاوزوها ويتعدوا على حريات الشعب.

ولكن هذه المسألة –كون الصحافة تعبر فى جزء منها عن الشعوب – بقيت رهن الدول كذلك وبمقدار تبنيها للمبادئ الديمقراطية، وإيمانها بها فهي تتفاوت من مجموعة دولية إلى أخرى.

ففي حين نري حرية الصحافة تتجسد فى قيمتها فى المجموعة الغربية التي تتبني الديمقراطية منهجًا وتطبيقًا نجد الصحافة تنحسر حريتها عند أقل درجة فى دول الشرق التي تتبني غالبيتها الديمقراطية نظريًا فقط وإن كان للصحافة دور فى ممارسة الرقابة على الدول فإنه دور ثانوي يسير.

ولعل من أبرز سمات المجتمع المتحرر، هو تمتعه بحرية الصحافة كما أن من أبرز معالم الديكتاتورية والقمع، هو قمع الفكر والمفكرين عبر تجيير الصحافة لمصالح السلطة أو تسييرها في خدمة أهدافها!.

والصحيفة الحرة أول الجهات التي يشن المستبدون عليها حملات التصفية والإلغاء.

مصادرة حرية الصحافة:

عانت – ولا تزال تعاني – الصحافة في الدول المستبدة، مـن الإغـلاق والمصادرة، وتسليط الرقابة عليها تلعب فيها ما تشاء لتنحصر في نتيجة الأمر بيـد السلطة تديرها أجهزتها الخاصة..

إن مصادرة حرية الإعلام، هو أسلوب قديم بقدم الـدكتاتوريات، فتـارة عبر تكميم الأفواه، وتارة بعدم السماح لنشر الكتب، وتـارة بمطـاردة المـؤلفين والكتاب، وفي العصر الحاضر بتقييد حرية الصحافة:

- **تارة:** عبر سن مختلف القوانين لتعطيل الصحف.
- **وتارة:** عبر اشتراط أخذ التصريح والرخصة لإصـدار الصـحيفة، وجعل الشروط صعبة أو تعجيزية.

حدود الصحافة:

"إن الشيء إذا زاد عن حده انقلب إلى ضده"

هذه الحكمة سارية في كافة ضروب النشاط الإنساني، وليست الصحافة بدعًا من تلك الضروب، لذا يجب أن تكون محكومة بهذه القاعدة وإلا كانت مصدر ضرر كبير.

وتعد الصحافة المرآة التي تعكس واقع المجتمع، وتهدف إلى طرح همومه ومشاكله إزاء أصحاب القرار ليقفوا عندها ولا يتجاوزوها إن لم نقل يسعون إلى حلها، فمن غير المعقول أن تتحول الصحافة - بصورة مباشرة أو غير مباشرة -إلى أداة تهدم ذلك المجتمع الذي تدافع عنه فتكون ضد المجتمع في عين الوقت الذي تكون فيه إلى جانبه.

وعليه، يجب أن تكون الصحافة محكومة بضوابط تعد ضرورية للحيلولة دون تحول الصحافة ذاتها إلى شبح مرعب يهدد المجتمع.

فما هي الضوابط التي يجب أن تحكم الصحافة وترسم لها إطرها التي من غير المعقول تعديها؟.

يمكن أن نلخص الضوابط التي يجب أن تحكم الصحافة، فى:

أيديولوجيات المجتمعات التي تحل فيها الصحافة:

بما أن الصحافة مرآة المجتمع، بالإضافة إلى دورها فى توجيه وإرشاد المجتمع، فمن غير المعقول أن يطلق عنانها فتتبنى أفكارًا تخالف فى طبيعتها أيديولوجية المجتمع الذي يعد ساحة لعملها، فإن قيامها بأمر كهذا يساعد فى هدم أفكـــار المجتمـــع لا ترسيخها فى أذهان أبنائه، بناءً على هذا صار لزامًا إنشاء رقابة على عمل الصحافة من هذا الجانب.

وليست هذه الرقابة دليلاً على كون الصحافة فاقدة للحرية؛ بل الرقابـــة ضرورية بالنسبة لمن لا يفهم غير هذه اللغة.

الضبط الاجتماعي:

ويعني بالضبط الاجتماعي ممارسة شعبية وجماهيرية يقوم بها الأفراد بشـــكل فطري تلقائي، فى ترجمة واضحة لما هو متفق عليه بين الجميع، وبالتالي، فـــإن هـــذه الآلية الاجتماعية تعتمد فى المقام الأول على ما هو محل اتفاق، وبالتالي على وجود هذا المشترك، والمتفق عليه فى كثير من الأحيان يتحول إلى قانون ونظـــم رسميـــة، عندما تكون الأخيرة مستمدة من الأولى.

إن هذا النوع من الضوابط إنما يـــأتي ثمـــاره فى المجتمعـــات الدســـتورية، ويتناسب نشاط هذا الضابط طرديًا مع زيادة حرية الشعب فكلما كان الشـــعب يمتلك حرية اكبر كلما كان أقدر على ممارسة وظيفته فى الرقابة علـــى الصـــحافة ونشاطها، وبخلاف ذلك لو فقد الشعب حريته فإنه غير قادر على نقد الصـــحافة والوقوف فى وجه ما تنتهجه فيما لو خالفت مبادئ ذلك المجتمع.

إن من ميزات هذا الضابط، أنه ضابط نظيف لا يسع أي أحد توجيه التهم نحوه فى كونه أداة لجهة معينة، وإنما يعبر عن الرأي العام والمعروف أن الرأي العـــام إنما هو تعبير فطري يقوم به الشعب إزاء الأحداث.

ولكن من عقبات هذا الضابط، أنه لا يسعه ممارسة دوره فى الرقابة فى قبال الصحافة التي تخضع لسلطان الدولة وتعبر عن رأيها، وخاصة فى الدول التي لا تعير الممارسات الديمقراطية أي اهتمام يذكر.

عقبات الصحافة:

الصحافة كغيرها من النشاطات الإنسانية لم تكن لتخلو من مشاكل، وهذه المشاكل كانت قد اختلفت باختلاف العصور التي مرت بها هذه المهنة.

فبعد أن كانت الصحافة تعاني من تأمين الموارد المالية التي تضمن لها إدامة عملها؛ حيث كانت تعتمد على ما يدفعه المشتركون وحسب، ومشاكل النقل ... وغيرها، أصبحت الصحافة تعاني عقبة فقدان الحرية اللازمة لضمان قيام هذه المهنة بما تضطلع به على أكمل وجه.

ولكن تجدر الإشارة إلى أن هذه العقبة قد تم تجاوزها تقريبًا بالنسبة للمجتمعات الغربية، فلم يعد مجال للحديث عنها، فقد وصلت الصحافة حدًا من الحرية لا أعتقد بأنه يوجد ما يطمع الصحافي بالوصول إليه.

ولكن مجال الحديث، إنما هو في الدول النامية؛ حيث تنحسر الحرية، فيشكل ذلك عقبة يصعب معها على الصحافة ممارسة وظيفتها بالمستوي الذي يؤمل منها.

الصحافة فى الإسلام:

سبق أن قلنا إن الصحافة – وقبل اختراع الطباعة – يصعب تمييزها عن حرية الرأي، وقلنا بأنها تنضوي تحت هذا العنوان.

لذا فإننا لو أردنا تتبع مسألة الصحافة فى الإسلام يتحتم علينا تسليط الضوء على كل ما يدخل تحت هذا العنوان، وبما أن هذا العنوان واسع ويشمل على ما لا يمكن إحصاؤه فى هذه الدراسة الموجزة، آثرنا أن نشير إلى الصحافة فى الإسلام من خلال الدستور الإلهي المقدس – القرآن الكريم – فنقول: إننا نستطيع أن نعرض نصوص القرآن حول قضية الرأي من محورين، هما:

- حرية الرأي.
- حرية المعارضة.

حرية الرأي:

لقد ورد فى القرآن الكريم من الآيات التي تدل على مدي سعة ساحة التعبير عن الرأي والحوار فى القرآن الكريم، من ذلك قوله تعالى:

"وإذ قال ربك للملائكة إني جاعل فى الأرض خليفة قالوا أتجعل فيها من يفسد فيها ويسفك الدماء ونحن نسبح بحمدك ونقدس لك قال إني أعلم ما لا تعلمون"

كما ورد قوله تعالى فى حرية الإنسان فى رأيه الآيات التالية:

"إن هذه تذكرة فمن شاء اتخذ إلى ربه سبيلاً"

"إنما أنت مذكر لست عليهم بمصيطر"

"وقل الحق من ربكم فمن شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر"

حرية المعارضة:

إن الأدلة القاطعة التي جاء بها القرآن حول قضية الرأي تلـــك النصـــوص التي تتحدث عن المعارضين لله سبحانه ولرسله الرافضين لدينه، فهـــؤلاء جميعًـــا لا يؤاخذهم الله بشيء فى الحياة الدنيا وطوال حياقم يملكون الحرية فى معارضة شرعه ورفض رسالاته دون أن يتزل بهم أي عقاب.

قد ضرب القرآن على ذلك الكثير من الأمثلة فى الوقت الذي لم يحدد فيه أية عقوبة دنيوية أو تشريع يعترض طريق هؤلاء المعارضين أو يحجر عليهم.

ويمكن أن نورد بعض الآيات القرآنية التي أشارت إلى حريـــة المعارضـــة وكالتالي، فيقول الله تعالى:

"ولو يؤاخذ الله الناس بما كسبوا ما ترك على ظهرها من دابة، ولكن يؤخرهم إلى أجلٍ مبسمي فإذا جاء أجلهم فإن الله كان بعباده بصيرًا"

كما ورد قوله تعالى:

"ورحمتي وسعت كل شيء"

والآيات التي تدل على فسح المجال فى التعبير عن الرأي كثيرة ندرج، منها:

"لقد سمع الله قول الذين قالوا إن الله فقير ونحن أغنياء"

"لقد كفر الذين قالوا إن الله هو المسيح بن مريم"

"ولئن سألتهم ليقولن إنما كنا نخوض ونلعب قل أبالله وآياته ورسوله كنتم تستهزئون"

والآيات فى هذا المجال أكثر من أن تحصيها دراسة بهذا الحجم ذكرنا هـذا البعض منها على سبيل المثال لا الحصر.

ولكن المتتبع لهذه الآيات يجد أن القرآن الكريم لم يكن يدعو إلى استئصال أصحاب هذه الآراء، وإن كانت آراؤهم تخالف فى طبيعتها الآراء الإسلامية، وإنما اكتفى القرآن الكريم بذكر فظاعة القول بهذه الآراء، أو الآثار المترتبة عليها، وهذا ما يكذب مزاعم أولئك الذين يرمون الدين الإسلامي بمصادرة حرية المعارضة.

نظرة فى واقع صحافتنا:

لا يمكن لأحد أن يقيم حجم المشاكل التي تعاني منها صحافتنا غير العاملين ذاتهم فى هذا المجال، وهذه المشاكل والعقبات إنما تنشأ من جهات عديدة وليس من جهة واحدة؛ بل وحتى وسائل الإعلام – الصحف والمجلات – ذاتها تعد مسئولة عن بعض العقبات فى بعض الأحيان.

فيوجد عقبات تنشئها الحكومة من قبيل الرقابة الصارمة التي توضع أمام الصحافة؛ حيث يقيد الصحافي فلا يسعه القيام بواجبه بالمستوي المطلوب، ولا يمكن أن يعبر عن رأيه بحرية تامة.

كما توجد عقبة أخرى، ألا وهي الصعوبة البالغة التي يعانيها الصحافي فى سبيل استقاء المعلومات من المؤسسات والدوائر الحكومية، فإذا كانت هذه الدوائر مغلقة فى وجه الصحافي، فكيف يتسنى له استقاء المعلومات التي يقوم على أساسها العمل الصحافي؟.

أما من جهة المجتمع فإن مجتمعاتنا لا تصور الصحافي بغير صورة ذلك الشخص المتطفل الذي يحشر أنفه فى كل الأمور، ولذا تجد مجتمعاتنا لا تنظر إلى الصحافي تلك النظرة الحسنة بقدر ما تحاول تحاشي التعامل والتعاون معه.

أما من ناحية وسائل الإعلام ذاتها، فإن صحفنا لا تركز جهودها على الهدف المرجو منها بقدر ما تركزها على دعم الصحيفة أو المجلة بالأسماء اللامعة من الكتاب، وخصوصًا إذا كانوا ينتمون إلى المجتمعات الغربية، فإن ذلك مورد سرور تلك الوسائل التي تفرد صفحات لها للإعلان عن انضمام هذا الكاتب أو ذاك إلى

كتابها، فى حين لم يكن أولئك الكتاب يكتبون بغير عقلية مجتمعاقم، فتتحول هـذه الوسائل إلى مرآة تعكس واقع المجتمعات الأخرى لا مجتمعاتنا نحن.

هذا بالإضافة إلى السعي الحثيث نحو تحصيل الأرباح التجارية من وراء الإعلانات، فلا تجد هموم مجتمعاتنا بقدر ما تجد الحضور الفاعل للإعلانات التجارية من على صفحات صحفنا ومجلاتنا.

إذن فما لم تتخطي صحافتنا ومجتمعاتنا هذه العقبات فلا يرجى منها أن تعكس همومنا وآلامنا، وإنما تبقي تعكس هموم الأخرين من المجتمعات الأخرى.



مراجع الكتاب

أولاً: المراجع العربية:

١. القرآن الكريم.
٢. ستيفن اينزلابير، ودوي بير وشاتتواينجر: لعبة وسائط الإعلام، ترجمة شحدة فارع، عمان، دار البشير، ١٩٩٩م.
٣. ماري وين: الأطفال والإدمان التليفزيوني، ترجمة عبد الفتاح الصبحي، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، يوليو١٩٩٩م.
٤. نبيل فرج: الكتابة مهنة مقدسة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٨م.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

5 - Good, C.V. : **Dictionary of Education**, 3 rd, Mc. Grow Hill, New York, 1993.

ثالثًا: الشبكة العالمية للمعلومات:

6 - http://www.google.com



للاستفسار

د/ عمرو حسن أحمد بدران

DrAmroBadran@Hotmail.Com

0105729929